



amades

Arbeitspapiere und Materialien zur
deutschen Sprache

Herausgegeben vom Institut für Deutsche Sprache

Band 36

ISBN: 978-3-937241-27-2

ISSN: 1435-4195 (Papier) · 1435-4349 (Diskette) · 1435-4357 (CD-ROM)

Svenja Markert

Kommunikative Nähe und Stilisierung von Jugendlichkeit

Institut für Deutsche Sprache
– *amades* –

Anschrift:
R 5, 6-13
D-68161 Mannheim
Fax: 0621/1581-200

Postanschrift:
Postfach 10 16 21
D-68016 Mannheim
E-Mail: amades@ids-mannheim.de



amades

Arbeitspapiere und Materialien zur deutschen Sprache

Band 36

ISBN: 978-3-937241-27-2

© 2009 Institut für Deutsche Sprache,
R 5, 6-13, D-68161 Mannheim
<http://www.amades.de>



Mitglied der
**Leibniz
Gemeinschaft**

Redaktion und Layout: Joachim Hohwieler

Das Werk einschließlich seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung der Copyright-Inhaber unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Herstellung und Vertrieb im Eigenverlag.

Printed in Germany.

Inhalt

1.	Einleitung	5
2.	Theoretische und methodische Grundlagen	7
2.1	Das Stilkonzept dieser Untersuchung	7
2.2	Stilisierung	10
2.3	Das Prinzip der Bricolage	10
2.4	Jugendsprache und Medien	11
2.5	Konzeptionelle Mündlichkeit und Schriftlichkeit	12
2.6	Medienwissenschaftliche Aspekte	14
2.6.1	Mündlichkeit aus medienwissenschaftlicher Perspektive	14
2.6.2	Audience Design	15
2.7	Methode	16
3.	Musikfernsehen, MTV und <i>MTV News Mag</i>	17
3.1	Musikfernsehen und MTV	17
3.2	<i>MTV News Mag</i>	20
4.	Stilanalyse	23
4.1	Analysebeispiele	23
4.2	Kurze Beschreibung der Analysebeispiele	25
4.3	Der mediale Stil des <i>MTV News Mag</i>	26
4.3.1	Herstellen von Nähe	26
4.3.1.1	Annäherung an eine Gesprächsinszenierung	26
4.3.1.2	Sprechsprachliches und Spontan-Ungeplantes	29
4.3.2	Der jugendliche Ton: kreativ, frech und ironisch	35
4.3.2.1	Das Spiel mit der Sprache	35
4.3.2.2	Soziale Typisierung und Bewertung	39
4.3.2.3	Tempo	43
4.3.3	Selbstdarstellung: Der trendversierte und informierte Moderator	44
4.3.4	Kurze Zusammenfassung	48
4.4	Eine weitere Spielfacette: Das Spiel mit verschiedenen Stilen und Rollen	49
4.4.1	Analysebeispiel 5: Der Märchenerzähler	49
4.4.2	Analysebeispiel 6: Der Prediger	51
4.5	Ergebnis	53

5.	Vergleich	57
5.1	<i>heute</i>	58
5.1.1	Die Sendung	58
5.1.2	Begrüßungsmoderation	59
5.1.3	Verabschiedungsmoderation	60
5.1.4	Selbstdarstellung	62
5.2	<i>MTV News Mag</i>	63
5.2.1	Begrüßungsmoderation	63
5.2.2	Verabschiedungsmoderation	65
5.3	Ergebnis.....	67
6.	Schlussbetrachtung	69
7.	Literatur	73
7.1	Forschungsliteratur.....	73
7.2	Wörterbücher	76
7.3	Internetquellen	76
7.3.1	MTV/Viacom	76
7.3.2	ZDF	77
7.3.3	Sonstige	77
7.4	Zeitungsartikel	77
8.	Anhang	79
8.1	Verzeichnis der Transkriptionszeichen.....	79
8.2	Korpus	80
8.2.1	<i>MTV News Mag</i>	80
8.2.2	<i>ZDF heute</i>	93

1. Einleitung

Die junge Zielgruppe ist grundsätzlich allem gegenüber aufgeschlossen. Um sie zu erreichen muss man lediglich ihre Sprache sprechen und herausfinden, was für sie relevant ist. (Giving the beat 2004, S. 34)

Medien spielen eine wichtige Rolle im Leben Jugendlicher, sie sind eine der liebsten Freizeitbeschäftigungen und eine Art Impulsgeber (Vollbrecht 2002, S. 20). Fernsehen ist dabei das Leitmedium der Jugendlichen (Gleich 2000, S. 211). Gleichzeitig hat auch Musik in ihrem Leben eine große Bedeutung: als eines der großen „Jugendthemen“ und als wichtige Freizeitbeschäftigung (Schatz/Götz 2004, S. 22; Eimeren/Krist 2004, S. 14). Das Musikfernsehen verbindet diese zwei wichtigen Bereiche Fernsehen und Musik. Somit ist es nicht verwunderlich, dass Sender wie MTV und VIVA bei Jugendlichen einen großen Stellenwert einnehmen.

Aber nicht nur die Medien sind für die Jugendlichen wichtig – auch die Jugendlichen sind für die Medien wichtig. Zum einen hat sich „Jugend“ zu einem gesellschaftlichen Wert an sich entwickelt. In diesem Jugendkult sprechen (scheinbar) jugendlich aufgemachte Medienformate auch viele Ältere an. Auf der anderen Seite sind Jugendliche auch ein Wirtschaftsfaktor und die Medien haben sie als Käuferpotenzial entdeckt (Schlobinski/Heins 1998, S. 14; Neuland 2003, S. 272; Großegger 2004, S. 11). Deshalb werden ständig Wege gesucht, wie man Jugendliche erreichen kann.

Diese Arbeit hat zum Ziel, zu zeigen, *wie* in einem Massenmedium Jugendliche angesprochen werden. Das obige Zitat¹ zeigt, dass aus Sicht des Musiksenders MTV Sprache dabei eine große Rolle spielt. Um Jugendliche zu erreichen, heißt es, muss man die Sprache der Jugendlichen sprechen und ihre Interessen kennen. Man muss also der Zielgruppe „nah“ sein. Auch in der Medienforschung wird Einfluss und Erfolg von MTV durch eine große Zuschauernähe und inszenierte Authentizität erklärt (Kurp 2004, S. 31). Die Strategie um Jugendliche zu erreichen ist, so die Schlussfolgerung, die Sendungen und die Texte aus jugendlicher Perspektive zu gestalten und gezielt sprachliche Merkmale einzusetzen, die MTV als jugendtypisch betrachtet.² Es gibt somit einen Zusammenhang zwischen Zielgruppe und Gestaltung der medialen Produkte.

¹ Das Zitat stammt aus einer MTV-Studie für Werbekunden, die zum Ziel hat, das Fernsehverhalten Jugendlicher und die Entwicklung von Trends zu analysieren.

² Diese Vorgehensweise in Jugendmedien ist belegt und bekannt, sowohl in der Alltagswelt als auch in der Forschung (Androutsopoulos 2000, S. 230).

Doch **welche** Merkmale verwendet MTV, um Jugendliche anzusprechen? Wie wird **Nähe** erreicht? Was hält MTV für jugendtypisch? Diese Fragen soll die vorliegende Arbeit beantworten. Dabei soll keinesfalls eine Auflistung von vermeintlich jugendsprachlichen Ausdrücken erstellt und anschließend an diesen Ausdrücken Jugendlichkeit festgemacht werden. Es geht vielmehr darum, anhand von Moderationen zu zeigen, welches Bild MTV von Jugendlichen hat und wie dieses in den Sendungen umgesetzt wird. Das Ziel ist es, die verwendeten typischen Merkmale und Strategien, um Jugendliche zu erreichen, in einer ausgewählten Sendung herauszuarbeiten. Es wird folglich eine linguistische Medienanalyse vorgenommen und der Zusammenhang zwischen medialem Produkt, vor allem der Sprachgestaltung, und der Zielgruppe aufgezeigt. Dafür wurde die Sendung *MTV News Mag* gewählt.

Der Zusammenhang von Medien und Jugend ist aus sprachwissenschaftlicher Perspektive schon beleuchtet worden. Zur Sprachgestaltung in massenmedialen Fernsehformaten für Jugendliche gibt es jedoch recht wenige Untersuchungen. Einen Anfang macht die Arbeit von Wilfried Schütte, die sich mit Fernsehformaten für Jugendliche beschäftigt (Schütte 2002). Über MTV oder die Sendung *MTV News Mag* gibt es meines Wissens noch keine sprachwissenschaftliche Untersuchung. Die vorliegende Arbeit soll einen ersten Beitrag zu dieser Thematik leisten. Dabei wird folgendermaßen vorgegangen: Im nächsten Kapitel sollen zunächst die theoretischen und methodischen Grundlagen der Arbeit beschrieben werden (Kapitel 2). In Kapitel 3 nähere ich mich dann dem Gegenstand Musikfernsehen. Hierbei stehen die inhaltlichen und strukturellen Entwicklungen von MTV sowie die Sendung *MTV News Mag* im Mittelpunkt. Kapitel 4 befasst sich mit der eigentlichen Stilanalyse. Die wichtigsten Strategien und Merkmale werden herausgearbeitet, anhand von Transkripten belegt und im Vergleich bekräftigt (Kapitel 5). Anschließend werden die Ergebnisse der Arbeit in der Schlussbetrachtung (Kapitel 6) zusammengefasst.

2. Theoretische und methodische Grundlagen

Die Fragestellung dieser Arbeit zielt vor allem auf sprachwissenschaftliche Aspekte ab, aber auch medienwissenschaftliche Aspekte werden hier angesprochen.

2.1 Das Stilkonzept dieser Untersuchung

Von großer Bedeutung für die theoretische Grundlage ist das umfassende Konzept des sozial kommunikativen Stils, das von der Mannheimer Forschergruppe um Werner Kallmeyer, Inken Keim und Johannes Schwitalla erarbeitet wurde (Kallmeyer (Hg.) 1994, 1995; Schwitalla 1995; Keim 1995). Stil hat demnach eine soziale Funktion: Er dient der sozialen Positionierung und ist Ausdruck der sozialen und kulturellen Identität sowie der Zugehörigkeit des Sprechers zu einer bestimmten sozialen Welt (Keim/Schütte 2002, S. 10). Nach Inken Keim bezeichnet sozialer Stil

die von Mitgliedern einer sozialen Einheit [...] getroffene Auswahl an und Weiterentwicklung von verbalen und nonverbalen Ausdrucksformen aus den ihnen zur Verfügung stehenden kulturellen Ressourcen für die Selbstpräsentation und für die Durchführung kommunikativer Aufgaben. (Keim 2001, S. 376)

Stil offenbart also soziale Orientierung, ist ein wesentliches soziales Unterscheidungsmerkmal und bildet sich in Kommunikationszusammenhängen in den sozialen Welten heraus. Das stilistische Register entsteht in der Auseinandersetzung mit den umgebenden Lebenswelten und ihren ökologischen, sozialstrukturellen, sprachlichen und ästhetischen Bedingungen (Keim/Schütte 2002, S. 13). Darüber hinaus werden Stile zu Leitvorstellungen, anhand derer angemessenes soziales und kommunikatives Handeln bewertet wird. Stil wird dabei als ein dynamisches und holistisches Konzept verstanden, das heißt, alle Ausdrucksweisen auf den unterschiedlichen Ebenen ergeben ein einheitliches Bild, das als Ganzes wahrgenommen wird und welches sich ständig weiterentwickelt (Kallmeyer 2001, S. 402; Keim/Schütte 2002, S. 11). Keim/Schütte listen folgende mögliche Ebenen des Ausdrucksverhaltens sowie Aspekte auf, die sich in ihrer Forschung als wichtig herausgestellt haben:

- die Ausprägung von bestimmten pragmatischen Regeln des Sprechens: Das sind vor allem Regeln für die Regulierung von sozialer Distanz und Nähe, Regeln für den alltäglichen Umgang miteinander; dazu gehören Regeln zum Umgang mit Territorien, Regeln für den Umgang mit Partneraktivitäten, Thematisierungsregeln; außerdem Regeln für den Ausdruck von Lob und Kritik, für die Bearbeitung von Problemen und Konflikten, für die Herstellung von Geselligkeit usw.;

- die Verwendung unterschiedlicher sprachlicher Ressourcen (verschiedener Sprachen oder Sprachvarietäten) zur Äußerungsstrukturierung und Interaktionsorganisation, vor allem aber zur Symbolisierung sozialer Eigenschaften;
- die **Ausprägung eines Systems sozialer Kategorien**, das für die Selbst- und Fremddefinition wesentlich ist; dazu gehören Inhalt und Ausdrucksformen für die kategoriendefinierenden Merkmale und sprachliche Verfahren, die bei der gesprächsweisen Herstellung von Kategorien verwendet werden; die Analyse des Kategoriensystems ermöglicht die Rekonstruktion des soziosemantischen Systems einer sozialen Gruppe bzw. eines Milieus;
- die **Bevorzugung bestimmter rhetorischer Verfahren und einer bestimmten Art formelhaften Sprechens** für die Lösung praktischer Interaktionsaufgaben;
- die **Bevorzugung einer bestimmten Sprachästhetik, bestimmter Lexik, Metaphorik und prosodischer Merkmale** (Rhythmik, Intonation, nicht-lexikalisierte Laute, Stimmführung und Lautstärke);
- die **Bevorzugung bestimmter Kleidung und bestimmter Gegenstände** zum Ausdruck von Geschmack (Musik, Filme, Bilder, Zeitschriften), die äußere Aufmachung (Haare, Schminke, Schmuck) und die Ausprägung bestimmter gestischer und proxemischer Besonderheiten (Gestik, Mimik, Raumverhalten). (Keim/Schütte 2002, S. 14f.)

Hier jedoch muss das Konzept des sozial kommunikativen Stils den Gegebenheiten der vorliegenden Untersuchung angepasst werden. Zum einen liegt die Problematik bei einer Übertragung darin, dass es sich in dieser Untersuchung um einen **medialen** Stil handelt und zum anderen darin, dass die Zielgruppe der Sendung nicht eine natürliche soziale Gruppe ist oder aus einer sozialen Welt im Sinne dieses Konzepts stammt. Dass das Konzept auch auf mediale Stile übertragbar ist, haben Jannis Androutopoulos und Werner Kallmeyer gezeigt (Androutopoulos/Kallmeyer 2000). Eine solche Übertragung soll auch hier vorgenommen werden. In Analogie zum sozialen kommunikativen Stil verstehen Androutopoulos/Kallmeyer mediale Stile als Bündel von ausgewählten Ausdrucksformen einer sozialen Einheit und beziehen sie auf den sozialen Zusammenhang von medialen Produkten mit den sozialen Welten der Produzenten und Rezipienten. Die Kommunikatoren teilen durch die Beschaffenheit ihrer Medientexte mit, „dass sie einer bestimmten Sozialwelt angehören und als Vertreter einer Kultur gesehen werden wollen“ (ebd., S. 3).

Im Unterschied zu Androutopoulos/Kallmeyer bezieht sich die vorliegende Analyse nicht auf ein Szenemedium, welches im Rahmen einer Jugendkultur produziert wird. Bei MTV handelt es sich um ein Massenmedium, hinter dem

ein Medienkonzern steht, der mit der Sendung *MTV News Mag* einen möglichst großen Rezipientenkreis ansprechen will. Das heißt, es soll nicht eine soziale Welt oder soziale Gruppe, sondern es sollen Jugendliche im Allgemeinen angesprochen werden. Dabei existieren weder 'die Jugend' als homogene Gruppe noch 'der Durchschnittsjugendliche'. Gemeinsamkeiten entstehen nicht (mehr) durch die Zugehörigkeit zu der Altersgruppe,³ „sondern über die Identifikation mit Lebensstilen und Lebensstilgruppen“ (Großegger 2004, S. 7). In der Jugendkulturforschung geht man dabei von insgesamt 10 bis 15 Stilen aus, die für die Zielgruppensegmentierung entscheidend sind (ebd.). Auch MTV ist sich darüber bewusst, dass Jugendliche keine homogene Gruppe sind: „Jugendliche unterscheiden sich durch einen bunten Mix von Lebens- und Konsumstilen – die Durchschnittszielgruppe 14-29 Jahre gibt es nicht“ (Mindsets 2000, S. 5). Es zeigt sich, dass MTV unterschiedliche Gruppen ansprechen will und somit vermutlich auf Mittel zurückgreift, die als allgemein jugendspezifisch angesehen werden. Somit werden hier Jugendliche aus einer makrosoziologischen Perspektive als Großgruppe gesehen, in der die Zuordnung hauptsächlich über das Alter geschieht. Susanne Augenstein definiert diese Perspektive als eine von drei möglichen Darstellungsebenen von Jugendsprache als Gruppensprache (Augenstein 1998, S. 25). Als wichtige gruppenübergreifende Themen, und somit auch wichtige Bereiche für die Stilbildung werden in der MTV Mindset-Studie Musik, Sport und Mode genannt (Mindsets 2000, S. 16).

Folglich wird in dieser Arbeit auch keine Stilanalyse *einer* sozialen Gruppe vorgenommen, sondern das allgemeine Jugendbild des Senders MTV analysiert. Deshalb muss für die vorliegende Fragestellung das Konzept des sozial kommunikativen Stils angepasst werden. Die Moderationen werden so gestaltet, dass sie viele Jugendliche ansprechen, also werden gruppenstilübergreifende Merkmale, die als jugendtypisch angesehen werden, gezielt eingesetzt. Bezogen auf den Moderator bedeutet dies, dass er seine Rolle so ausfüllt, dass er als Vertreter der Großgruppe Jugendlicher beziehungsweise als ihr nahe stehend auftritt. Der hier zu analysierende mediale Stil bezieht sich somit, wie bei Androutsopoulos/Kallmeyer auch, auf den sozialen Zusammenhang der Sendung als mediales Produkt mit der Großgruppe der Jugendlichen.

³ Auch die Jugendphase wird sehr unterschiedlich definiert. Jugend findet je nach Definition irgendwo zwischen 10 und 30 Jahren statt (Eimeren/Krist 2004, S. 13; Großegger 2004, S. 6). MTV selbst definiert in der Studie *Mindsets: 2 Jugend* als eine Lebensphase zwischen 14 und 29 Jahren (Mindsets 2000, S. 5).

2.2 Stilisierung

Weiter ist neben dem verwendeten Stilkonzept der Prozess der Stilisierung wesentlich für diese Arbeit. Der Begriff Stilisierung weist nach Hinnenkamp und Selting auf „die Repräsentation, Induzierung, Inszenierung etc. sozial typisierter Sinnfiguren in der Interaktion“ hin (Selting/Hinnenkamp 1989, S. 9). Kommunikation geschieht nie voraussetzungslos, denn die Interaktanten bringen immer schon soziales Alltagswissen in die Situation mit. Auch das Wissen über Typisierungen gehört dazu. Stilisierung geschieht dann, wenn Stile mit allgemein gängigen Zuschreibungen von sozialen Typen in typisierten sozialen Kontexten verwendet werden. Selting/Hinnenkamp unterscheiden weiter zwischen der Fremdstilisierung und der Selbststilisierung, „stilisiert wird immer zu bzw. als etwas“ (ebd.). Im Falle der Selbststilisierung gibt sich die handelnde Person selbst als Repräsentant eines sozialen Typs aus. Das heißt, hier werden bestimmte Stilmerkmale besonders hervorgehoben, sie werden inszeniert und überhöht (Keim/Schütte 2002, S. 13). Diese Selbststilisierung ist „Ergebnis gezielter Handlungen in Richtung einer ‘kulturellen Überhöhung’ des Alltäglichen“ (Soeffner 1986, S. 319). Es gibt also verschiedene Erscheinungsformen von Stil: zum einen die stilistische Routine mit den alltäglichen Handlungsweisen und dem normalen Umgangston der handelnden Personen sowie die stilistischen Hervorhebungen. Zu diesen kommt es vor allem

bei Abgrenzungshandlungen, bei Stildiskussionen, bei Kritik am Verhalten und besonders dann, wenn eine(r) sich als besonderer Repräsentant/-in der sozialen Welt [...] darstellt. (Keim/Schütte 2002, S. 13)

Folglich werde ich in dieser Arbeit durch die Stilanalyse nicht nur klären, welche Stilmerkmale MTV verwendet, die dem Bild von MTV entsprechend als jugendtypisch eingeschätzt werden, sondern ich werde auch zeigen, dass diese, um sich als jugendlich zu präsentieren und von anderen medialen Ereignissen abzugrenzen, auf besondere Weise hervorgehoben werden. Zur Verwendung des Begriffs der Stilisierung in dieser Arbeit ist noch hinzuzufügen, dass sich die noch zu untersuchende Stilisierung teilweise sehr nah an einer Inszenierung befindet, da der Hauptmoderator der Sendung schon 40 Jahre alt ist und damit aus MTV-eigener Perspektive nicht mehr als Jugendlicher gilt. Nachdem die theoretischen Grundlagen des Stils und der Stilisierung beleuchtet wurden, wende ich mich nun der Jugendsprachforschung zu.

2.3 Das Prinzip der Bricolage

Das Prinzip der Bricolage, wie es John Clarke definierte, hat sich in der Jugendsprach- und Stilforschung als wichtig für die Stilbildung erwiesen.

Clarke beschreibt, ausgehend von Lévi-Strauss' Konzept, „die Neuordnung und Rekontextualisierung von Objekten, um neue Bedeutung zu kommunizieren“ (Clarke 1981, S. 136). Darunter ist also eine Art Stilbasterei zu verstehen, die aus einem Prozess der De- und Rekontextualisierung besteht und bei der neue Stile formiert und ausgebildet werden. Das Rohmaterial der Bricolage sind Objekte, die bereits existieren und schon Bedeutungen haben, die in der „dominanten Kultur“ bekannt sind (ebd., S. 137).

Peter Schlobinski und Niels-Christian Heins sprechen in ihrer Arbeit „Jugendliche und ‘ihre’ Sprache“ von „sprachlichen Versatzstücken aus unterschiedlichen kulturellen Hintergründen [aus denen] etwas Eigenes, Neues ‘zusammengebastelt’“ wird (Schlobinski/Heins 1998, S. 13). Dabei unterscheidet man zwischen den Momenten der Selektion und der Transformation. Letztere unterscheiden Peter Schlobinski, Gaby Kohl und Irmgard Ludewigt weiter, indem sie die zugrunde liegenden Verfahren differenzieren: die mimetische und die verfremdende Zitation. Erstere dient als Schablone zur Identifikation. Hier wird auf kulturelle Ressourcen zurückgegriffen, die aus der Lebenswelt der Beteiligten stammen und geteilt werden (Schlobinski/Kohl/Ludewigt 1993, S. 49). Bei der verfremdenden Zitation kommt es zur Distinktion, indem durch Montageprinzipien, die der Bricolage zugrunde liegen, verfremdet wird. Auch die ironische Distanzierung geschieht durch Verfremdung. Dabei werden Differenzschemata zu den eigenen kulturellen Ressourcen ausgebildet (ebd.).

2.4 Jugendsprache und Medien

Die Jugendsprachforschung hat sich in den letzten Jahren hauptsächlich mit Sprechweisen von natürlichen Jugendgruppen beschäftigt. Die vorliegende Arbeit kann hier nicht eingereiht werden. Jedoch kann sie als Teil eines anderen Themengebiets der Jugendsprachforschung gesehen werden, nämlich des Zusammenhangs von Medien und Jugendsprache. In ihrer Arbeit haben Schlobinski/Kohl/Ludewigt dieses Verhältnis ausführlich behandelt und eine Wechselwirkung zwischen Medienwelt und Jugendsprache festgestellt (Schlobinski/Kohl/Ludewigt 1993, S. 34). Zum einen haben Jugendliche ein umfangreiches Medienwissen, das sie nach dem Prinzip der Bricolage verwenden und spielerisch weiterverarbeiten. Auf der anderen Seite werden in Jugendmedien charakteristische Sprachmittel verwendet, um Jugendliche anzusprechen, wie jugendtypische Ausdrucksweisen, Bricolage, Ironie und Selbstironisierung (Schlobinski/Heins 1998, S. 14f.; Androutsopoulos 2000, S. 230).

Auch in dieser Arbeit soll der Zusammenhang von Sprache und medialem Produkt erörtert werden. Meine Konzeption stützt sich dabei auf die Erkennt-

nis aus der Forschung, dass in den Medien gezielt jugendspezifische Ausdrucksweisen eingesetzt werden (oder das, was dafür gehalten wird), um Jugendliche anzusprechen. Es soll nun an einem bestimmten Beispiel gezeigt werden, **welche** Mittel genau dafür eingesetzt werden. Damit wird auch das Bild von Jugendlichen, welches Grundlage für die spezifische Wahl der Mittel ist, rekonstruiert. Weiter gehe ich davon aus, dass diese Merkmale nicht nur gezielt eingesetzt, sondern überhöht verwendet werden, wie es in Situationen typisch ist, in denen ein bestimmter Stil repräsentiert werden soll (siehe Kapitel 2.1.3). Die Grundlage für meine Analyse bilden Moderationen der Sendung *MTV News Mag*.

Jannis Androutsopoulos hat in seiner Forschung typische Strategien der Sprach- und Textgestaltung in Jugendmedien festgestellt (Androutsopoulos 2000). Dabei sind für die hier vorliegende Arbeit die drei Strategien der Sprachgestaltung interessant. Zum ersten ist das eine konzeptionelle Mündlichkeit (dazu mehr in 2.2.4), zum zweiten sind dies gruppensprachliche und zum dritten fremdsprachliche Elemente. Die gruppensprachlichen Elemente zeigen an, „dass die Kommunikationspartner eine bestimmte soziale Zugehörigkeit teilen und sich als Angehörige einer bestimmten Jugendkultur begegnen“ (ebd.). Sie kommen beispielsweise bei Mitteln der Bewertung und Verstärkung oder bei sozialen Kategorisierungen vor. Mit fremdsprachlichen Mitteln ist zum Beispiel die Verwendung von Anglizismen gemeint. Die erste Strategie der konzeptionellen Mündlichkeit berührt eine grundlegende Frage der Textlinguistik: Wann ist ein Text schriftlich, wann mündlich? Dies ist auch in Bezug auf die Moderationen des *MTV News Mag* interessant, denn die Produktion beinhaltet eine Recherche, bei der die Texte bis zu einem gewissen Grad verschriftlicht, dann aber mündlich vorgetragen werden. Im Folgenden soll deshalb der Begriff der konzeptionellen Mündlichkeit näher definiert werden.

2.5 Konzeptionelle Mündlichkeit und Schriftlichkeit

Es gibt typische Merkmale der gesprochenen Sprache, die im Folgenden genannt werden. Dabei werde ich mich jedoch auf einen kurzen Überblick beschränken und mich hauptsächlich auf die Ausführungen von Johannes Schwitalla in „Gesprochenes Deutsch“ stützen (Schwitalla 2006). Die Forschung hat gezeigt, dass gesprochene Sprache variabler und vielfältiger ist als die geschriebene Sprache, die im Vergleich dazu normierter erscheint. Auf der phonetischen Ebene sind Verkürzungen und Verschleifungen, aber auch Lautversprecher ganz typisch für die gesprochene Sprache. Auf der syntaktischen Ebene umfassen die Merkmale neben Formen der Diskontinuität, wie Rechts-

und Linksherausstellungen, vor allem Anakoluthformen, Korrekturen und Kurzformen wie z.B. Ellipsen. Auch die Bedeutung und die Stellung des Verbs unterscheiden sich in Gesprochenem im Vergleich zum Geschriebenen. Generell wird hier eher verbalisiert, es werden also Sätze mit inhaltsstarken Verben bevorzugt, im Gegensatz zu einer Art Nominalstil in geschriebenen Texten. Darüber hinaus ist im Gesprochenen die Verbspitzenstellung in Aussagesätzen eine typische Erscheinung (Auer 1993, S. 193). Insgesamt kommt es im Gesprochenen doppelt so häufig zu Klammerstrukturen wie zu Sätzen mit eingliedrigem Prädikat. Satzklammern entstehen zwischen finiten Verben und nicht-finiten Verbteilen und sind für das Deutsche typisch. Im Geschriebenen kommt es dabei jedoch häufiger zu langen Klammern, die im Gesprochenen aufgrund unseres zeitlich begrenzten „Arbeitsspeichers“ eher vermieden werden (Schwitalla 2006, S. 29). Generell ist in geschriebenen Texten mehr Komplexität möglich und dementsprechend ist die Satzlänge hier auch durchschnittlich länger als in gesprochener Sprache. Die syntaktische Struktur von Gesprochenem ist meist allmählich aufbauend und kann unterbrochen, wiederholt und verändert werden. Auch die so genannten Satzverschränkungen sind typisch sprechsprachlich. Auf der Ebene der Lexik kommen in der gesprochenen Sprache viele Modalwörter und -partikel, Interjektionen, Gesprächspartikel, deiktische Ausdrücke und, vor allem bei Jugendlichen, Vagheitsausdrücke vor. Zu vielen Ausdrücken der geschriebenen Sprache finden sich mündliche lexikalische Alternativen, die sich oft durch einen verstärkten „konnotativ-emotiven Bedeutungsanteil“ auszeichnen (ebd., S. 149). Einen weiteren großen Unterschied macht die Prosodie aus, diese kann dem Hörer zusätzliche Informationen liefern und mitteilen, wie etwas gemeint ist.

Nachdem die typischen Merkmale der gesprochenen Sprache genannt wurden, sollen nun mögliche Unterscheidungskriterien für konzeptionelle Mündlichkeit/Schriftlichkeit sowie der schon im Begriff verankerte konzeptionelle Aspekt beleuchtet werden. Schwitalla definiert die konzeptionelle Seite in Anlehnung an Ludwig Söll als die ‘ursprüngliche Formulierung’. Das heißt zum Beispiel, wenn etwas ursprünglich geschrieben, aber später mündlich vorgetragen wurde, kann trotzdem eine konzeptionelle Schriftlichkeit festgestellt werden (Schwitalla 2006, S. 21). Demnach wären die *MTV News* konzeptionell eher der geschriebenen Sprache zuzuordnen. Es zeigt sich jedoch, dass diese Betrachtungsweisen von Mündlichkeit bezogen auf die neuen elektronischen Medien an ihre Grenzen stoßen. Auch ist für diese eine eher traditionelle Zuordnung, wie sie Koch/Oesterreicher (1990, S. 10) anhand der Begriffe der kommunikativen Nähe und der kommunikativen Distanz vornehmen, schwierig. Eine weitere Möglichkeit der Einteilung von Mündlich-

keit und Schriftlichkeit ist es, sich an dem Kriterium der Spontaneität „im Sinne von nicht vorher festgelegter Formulierungen“ zu orientieren (Schwittalla 2006, S. 20). Alles, was spontan ist, gehört demnach der gesprochenen Sprache an und alles, was geplant ist, der schriftlichen. Demnach wären Medieninhalte nie konzeptionell mündlich. Insgesamt zeigt sich bei diesen Einteilungsversuchen, dass für eine Sendung wie das *MTV News Mag* medienwissenschaftliche Aspekte berücksichtigt werden müssen. Das Konzept der sekundären Mündlichkeit versucht dieser Problematik gerecht zu werden.

2.6 Medienwissenschaftliche Aspekte

2.6.1 Mündlichkeit aus medienwissenschaftlicher Perspektive

Walter Ong hat den Begriff der „sekundären Oralität“ geprägt. In seiner Arbeit „Oralität und Literalität“ geht Ong davon aus, dass mit den neuen elektronischen Medien ein neues Zeitalter der Oralität begonnen hat (Ong 1987, S. 136). Mündlichkeit im Fernsehen ist für ihn immer sekundär, da sie auf der Schriftlichkeit beruht. Werner Holly spezifiziert den Begriff einer sekundären Mündlichkeit im Fernsehen weiter. Bezogen auf die kommunikativen Bedingungen hat die mediale Kommunikation mit der direkten Kommunikation zwischen zwei Gesprächspartnern gemein, dass sie mehrkanalig und aktuell ist (Holly 1996, S. 31). Die Kombination von Sprache, Tönen und Bildern macht das Medium Fernsehen aus. Im Unterschied zur natürlichen Kommunikation können die Kanäle jedoch getrennt voneinander bearbeitet werden, zum Beispiel durch Schnitt und Synchronisation. Auch beim Fernsehen ist man aktuell, das heißt, es kann fast zeitgleich gesendet und empfangen werden. Dabei darf „aktuell“ nicht mit „ungeplant“ gleichgesetzt werden. Fernsehen ist immer konzipiert und inszeniert (ebd., S. 32). Alles, was gesagt wird, ist zu einem gewissen Grad recherchiert und geplant, beruht demnach im Sinne von Ong immer auf Schriftlichkeit.

Große Unterschiede zwischen der medialen und der Face-to-Face-Kommunikation gibt es bei Raum und Direktionalität. Ein Novum der elektronischen Medien ist ihre Fähigkeit, Distanz zu überspringen, weit entfernte Studios werden – im übertragenen Sinne – in die Wohnzimmer gebracht. Die vom Fernsehen geschaffene Nähe ist jedoch nur bruchstückhaft, denn der Zuschauer sieht und hört lediglich das, was die Redaktion will. Somit ist auch die Nähe nur sekundär. Der größte Unterschied zur direkten natürlichen Kommunikation ist die Eindimensionalität, die Zuschauer können nicht direkt reagieren. Das ist im Vergleich zur Face-to-Face-Kommunikation das Defizit des Fernsehens. Dieses Defizit wird jedoch durch Annäherung an die direkte natür-

liche Kommunikation zu beheben versucht und so werden Spontaneität, Nähe und Wechselseitigkeit fingiert (Holly 1996, S. 33). Mündlichkeit ist im Fernsehen somit zu einem gewissen Teil inszeniert, das heißt Schriftlich-Geplantes wird als spontan-ungeplant präsentiert. Der Sinn dahinter ist eindeutig: Einerseits soll dem Defizit der Eindirektionalität entgegengewirkt und andererseits eine durch die Vorarbeit und Recherche möglicherweise aufkommende Distanz vermindert werden.

Auch Jannis Androutsopoulos hat in seinen Untersuchungen ein Streben nach Mündlichkeit festgestellt. Nach ihm ist speziell für Jugendmedien eine solche konzeptionelle Mündlichkeit typisch (Androutsopoulos 2000, S. 232). Sie zeigt sich seinem Verständnis nach in geschriebenen Texten durch sprachliche Elemente und in gesprochenen Texten durch spontan-ungeplante Elemente. Auch er sieht Nähe als wichtiges Kriterium für die konzeptionelle Mündlichkeit, die er als eine Orientierung des Sprechers an einem Stil beschreibt, „der eine Beziehung der Nähe zwischen den Kommunikationspartnern reflektieren soll“ (ebd.). Da in dieser Arbeit Fernsehmoderationen analysiert werden, sind diese Erkenntnisse über Mündlichkeit in Medien wichtig für das Verständnis der Moderationen.

2.6.2 Audience Design

MTV will Jugendliche ansprechen, indem die Merkmale, die als jugendtypisch eingeschätzt werden, gezielt in der Sendung eingesetzt werden. Das von Adam Bell geprägte medienwissenschaftliche Konzept des **Audience Design** erfasst diesen Zusammenhang von Gestaltung der Sendung und Sprache mit der Zielgruppe (Androutsopoulos 2002, S. 5). Stil und Sprache des Sprechers hängen demnach vom Zuschauer ab, denn „speakers design their talk for their hearers“ (Bell 1991, S. 105). Dabei muss es sich nicht um eine bewusste Sprachwahl handeln. Die Grundfunktion ist folglich, dass Sprecher auf ihre Zuschauer reagieren. Dabei handelt es sich um einen intendierten Rezipienten (Burger 2005, S. 8f.), denn die „Kommunikatoren [...] machen sich in der Regel ein bestimmtes Bild von ihren Rezipienten, und nach diesem Bild gestalten sie ihre Texte“ (ebd., S. 9). Neben dieser Grundfunktion kann Sprache auch für die Beziehungsgestaltung genutzt werden (Bell 1991, S. 105). Fasst man das Konzept weiter, bedeutet das, dass nicht nur Sprache, sondern auch Stil dem anvisierten Zuschauer angepasst wird. Der mediale Stil der Sendung entspricht folglich demjenigen Stil, von dem die Produzenten ausgehen, dass er die Zuschauer anspricht. Dieses Bild muss jedoch mit dem tatsächlichen Rezipientenkreis nicht übereinstimmen.

2.7 Methode

In dieser Arbeit wird ein medialer Stil analysiert. Folgende Vorgehensweise wurde hierzu gewählt: Zuerst wurden die Sendungen im Zeitraum vom 17. Januar bis zum 16. März 2007 aufgezeichnet, dann wurde das gewonnene Material gesichtet. Hierbei habe ich mich auf die Moderationen beschränkt. Zum einen, da hier der Moderator zu sehen ist und somit seine Mimik, Gestik, Körperhaltung sowie Kleidung zur Analyse hinzugezogen werden können, und andererseits, weil die Moderationen meist live gesprochen werden und der Prozess der Bearbeitung somit weniger fortgeschritten ist. Dabei wurden Moderationen ausgesucht, die repräsentativ für mein Korpus sind; insgesamt habe ich 45 zur Transkription ausgewählt. Die Transkription ist ein Verfahren, das in der Gesprächsanalyse häufig verwendet wird. Nur liegt dort der Schwerpunkt auf Gesprächen mit mindestens zwei Beteiligten, wohingegen es hier nur einen Sprecher gibt. Dementsprechend sind die Transkripte so konzipiert, dass sie nur eine Sprecherzeile enthalten. Hinzu kommt eine nonverbale Zeile für Phänomene wie Mimik und Gestik sowie eine Kommentarzeile, in der Paraverbales, also Phänomene, die sich auf die Modalität der verbalen Äußerung beziehen, festgehalten wurde. Die nonverbale und die Kommentarzeile erscheinen nur dann, wenn ein relevantes Ereignis zu notieren war. Eine Erläuterung der verwendeten Transkriptionszeichen befindet sich im Anhang A der Arbeit. Die Transkripte wurden dann analysiert, wobei dabei das Hauptaugenmerk auf dem Audience Design lag. Die so gewonnenen Erkenntnisse werden in Kapitel 4 anhand von sechs prägnanten Beispielen erläutert. In einem weiteren Schritt sollen in Kapitel 5 durch einen Vergleich die gewonnenen Erkenntnisse nochmals überprüft werden. In der Medienlinguistik hat sich ein Vergleich von ähnlichen Texten (oder Textsorten), die sich jedoch in der Zielgruppe unterscheiden, als methodisches Vorgehen bewährt (Androutsopoulos 2000, S. 229). Als Grundlage für den Vergleich dienen Moderationen aus *heute*, der Nachrichtensendung des ZDF.⁴ Die Wahl fiel aus mehreren Gründe auf die Sendung: Zum einen handelt es sich dabei um eine Nachrichtensendung mit dem Ziel zu informieren, die deshalb zum Vergleich geeignet ist, da das *MTV News Mag* im weiteren Sinne auch eine Nachrichtensendung ist. Zum anderen ist es eine Sendung, von der sich Jugendliche nicht angesprochen fühlen (Eimeren/Krist 2004, S. 19).

⁴ Durch ein Praktikum in der *heute*-Redaktion verfüge ich über vertiefte Kenntnisse zur Sendung. Aufgrund dieser Vorkenntnisse habe ich mich bei der Aufzeichnung auf nur zwei Ausgaben beschränkt und daraus transkribiert.

3. Musikfernsehen, MTV und *MTV News Mag*

3.1 Musikfernsehen und MTV

Für jugendkulturelle Medien und ihren Markt ist nach Androutsopoulos das Nebeneinander von wenigen Marktführern und zahlreichen Nischenmedien prägend (Androutsopoulos 2000, S. 229). MTV (Music Television) ist ein solcher Marktführer. Charakteristisch und wichtig für die Entwicklung von MTV ist die Symbiose des Mediums Fernsehen mit der Musikindustrie. MTV wurde nach seiner Gründung 1981 zu ihrer großen Werbepattform, dadurch konnte der Sender die Kosten niedrig halten und gleichzeitig ein attraktives Programm bieten (Kurp 2004, S. 28). MTV betrieb aktiv seine Expansion und sicherte sich schnell die Monopolstellung (Schmidt 1999, S. 107ff.). Mit Erfolg: Aus dem ersten Musikspartenkanal wurde eine globale Marke und ein nahezu weltumspannendes MTV-Netzwerk, das inzwischen in 400 Millionen Haushalten, in 140 Ländern und in 17 Sprachen empfangen werden kann (Kopper 2005, S. 298; Kurp 2004, S. 28). Seit den Anfängen hat sich die Programmgestaltung von MTV stark verändert. War am Anfang das Abspielen von Musikvideos ohne Programmstruktur für eine kleinere Zielgruppe zentral (Schmidt 1999, S. 102ff.), wurde um mehr Zuschauer zu erreichen vom ursprünglichen Ziel abgewichen und auf herkömmliche Mittel zurückgegriffen: Nun wurden Programmeinheiten, spezielle Formate – auch musikferne – und eigene Sendungen geschaffen. Diese Entwicklung vom Spartenprogramm zum Vollprogramm ist bis heute zu beobachten; wie sie ausgeht, wird die Zukunft zeigen.

In Deutschland hat MTV 1987 Einzug gehalten und zum ersten Mal das europäische Programm aus London ausgestrahlt. Die Sprache war Englisch und die Sendungen wurden für alle europäischen Länder produziert. Dadurch konnte jedoch wenig auf die regionalen Bedürfnisse der Zuschauer eingegangen werden, was ein gewisses Problem für die Publikumsbindung darstellt (Kurp/Hauschild/Wiese 2002, S. 39). Dieses Versäumnis, regionale Formate zu produzieren, war die Chance für andere, wie den Konkurrenzsender VIVA. MTV sah sich aufgrund dessen Erfolges gezwungen zu handeln und strukturierte das europäische Programm 1998 vollständig um.⁵ „Think global, act local“ war das Motto und es wurden nun deutsche Eigenproduktionen gezeigt sowie mehr Raum für deutsche Interpreten gegeben. Die Zielgruppe von MTV Germany sind die 14- bis 29-Jährigen, die Kernzielgruppe besteht aus 14- bis

⁵ Heute muss MTV den Sender VIVA nicht mehr fürchten: Die Muttergesellschaft Viacom hat VIVA 2004 aufgekauft.

19-Jährigen. Durch die Umstrukturierung konnte MTV Germany die Zuschauerzahlen in Deutschland erheblich erhöhen.⁶ Auch die Veränderungen in der Programmgestaltung sind bei MTV Germany deutlich zu beobachten. Inzwischen konzentriert sich der Sender mehr und mehr auf den so genannten Mainstream, also kommerzielle Formate, die aus wirtschaftlicher Sicht erfolgreicher sind (Kurp/Hauschild/Wiese 2002, S. 128; Kurp 2004, S. 30). Das bedeutet zum einen, dass weniger spezielle Musikformate gesendet werden, zum anderen aber auch, dass insgesamt der Schwerpunkt von Musik auf Unterhaltungsformate verschoben wurde (Tagesspiegel 2007). Heute sind deshalb im MTV-Programm zum Beispiel Pseudo-Reality-Formate oder Datingshows zu sehen, oft auch amerikanische Sendungen; es sind vor allem diese Formate, die erfolgreich sind und betriebswirtschaftliche Vorteile bringen (Frankfurter Rundschau 2007; Tagesspiegel 2007; Welt am Sonntag 2006). Dadurch, dass jedoch vermehrt auf amerikanische Formate zurückgegriffen wird, wird die vorherige regionale und nationale Schwerpunktsetzung zu einem gewissen Grad wieder rückgängig gemacht.

Parallel zur Programm- und Senderentwicklung arbeitete MTV an seinem eigenen Image und präsentierte und präsentiert sich weiterhin als *der* Jugendmusiksender: als progressiv und kreativ, als Opinion-Leader und Gate-Keeper zu jugendlichen Lebenswelten (Kurp/Hauschild/Wiese 2002, S. 120).⁷ Nach dem Medienforscher Matthias Kurp konnte MTV sich so und durch eine – eher symbolische – Opposition zum Kommerz das Image als „medialer Alltagsbegleiter“ von Jugendlichen aufbauen und ein hohes Maß an medialer Glaubwürdigkeit gewinnen. Diese Mischung aus kommerzieller Massenkultur und gleichzeitiger Glaubwürdigkeit sowie Akzeptanz sind nach Kurp wesentlich für den Erfolg des Senders (Kurp 2004, S. 29; Kurp/Hauschild/Wiese 2002, S. 204). Auch wichtig für das Image und die Marke MTV sind die Vee-Jays (Video Jockeys): **Als Moderatoren tragen sie zur Markenbildung des Senders bei und haben für den Zuschauer ein hohes Identifikationspotenzial, weil sie so etwas wie Gleichgesinnte darstellen** (ebd., S. 130; Kopper 2005, S. 298). Dabei ist auch ihre Glaubwürdigkeit und Authentizität von Bedeutung. Durch

⁶ Im September 2007 erreichte MTV in Deutschland bei den 14- bis 29-jährigen einen Marktanteil von 1,9 bis 3,2 Prozent (Viacom Brand Solutions 2007b). Insgesamt konnte der Sender im ersten Halbjahr einen Marktanteil von 2,3 Prozent erreichen, das beste Ergebnis, das MTV je erzielte (Frankfurter Rundschau 2007).

⁷ Auf der Internetseite der Muttergesellschaft Viacom wird MTV als „trendsetzende Marke in allen Bereichen der Jugend- und Popkultur“ beschrieben, die „für authentische, progressive und provokative Programmkonzepte“ steht. „MTV steht nie still, erfindet sich ständig neu und lebt nach dem Motto ‘be different’!“ (Viacom Brand Solutions 2007a).

ein entsprechendes Alter und das richtige Auftreten können sie zu medialen Identifikationsfiguren avancieren, die als Vorbilder fungieren (Kurp/Hauschild/Wiese 2002, S. 39).

Im Folgenden soll auf die Rolle des Musikfernsehens bei Jugendlichen eingegangen und ihr Fernsehverhalten betrachtet werden. Dieses Vorhaben bringt gewisse Probleme mit sich: Zum einen fehlen ethnographische Untersuchungen zur Bedeutung von Musikfernsehen und Musikvideos in Jugendkulturen, zum anderen zeigt sich der Sender MTV nicht bereit, Ergebnisse aus sendereigenen Analysen zur Verfügung zu stellen. Daher sind die hier wiedergegebenen Erkenntnisse von allgemeinem Charakter. 14- bis 29-Jährige sehen in Deutschland am Tag durchschnittlich 104 Minuten fern und damit im Vergleich weniger als andere Altersgruppen (Neumann-Braun/Schmidt 1999, S. 28; Giving the beat 2004, S. 34). Der beliebteste Sender ist RTL, gefolgt von Pro 7, MTV und VIVA. Die Musiksender werden seltener, kürzer und weniger gezielt eingeschaltet als andere Sender – nur spezielle Formate werden gezielt gesehen. Diese Tatsache verblüfft im ersten Moment, scheint es doch dem Bild, dass das Musikfernsehen ein wichtiger Bestandteil im Leben Jugendlicher sei, zu widersprechen. Es zeigt sich jedoch, dass die Musiksender MTV und VIVA als ein wichtiges Begleitmedium parallel zu anderen Tätigkeiten genutzt werden, es sich demnach also um eine Art Nebenbei-Hören und Nebenbei-Sehen handelt (Kurp/Hauschild/Wiese 2002, S. 40). Die Musiksender dürfen jedoch trotz dieser Rolle als Begleitmedium nicht unterschätzt werden: Für Jugendliche dienen sie als Informationsquelle für aktuelle Trends und sind bedeutsam, um unter Gleichaltrigen mitreden zu können (Neumann-Braun/Schmidt 1999, S. 28). Studien haben gezeigt, dass Jugendliche dem Musikfernsehen eine hohe Themenkompetenz in Sachen trendrelevante Information zusprechen (Großegger 2004, S. 10). Bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen nimmt das Thema Musik und auch Musikfernsehen insgesamt eine hohe Stellung ein. Dadurch, dass die Musiksender Informationsquelle und Impulsgeber für Musikstile, Modetrends und Lebensentwürfe sind, erfüllen sie laut Kurp eine Sozialisationsfunktion (Kurp 2004). Neben Unterhaltung bieten die Musiksender demnach auch Orientierung. MTV und später VIVA scheinen hier ein Vakuum in der Medienlandschaft gefüllt zu haben – durch ihre ständige Verfügbarkeit sowie durch die Inszenierung von Authentizität und Zuschauernähe. Das heißt, hier stimmen das vom Sender aufgebaute Image (siehe oben) als Lebensbegleiter und die von Kurp festgestellte Sozialisationsfunktion des Senders zu einem gewissen Grad überein. Um jedoch die Frage zu klären, wie groß die Sozialfunktion nun tatsächlich ist und was davon nur dem Image dient, wären ethnographische Untersuchungen notwendig.

3.2 *MTV News Mag*

Die Sendung wurde zum ersten Mal am 18. August 2000 ausgestrahlt. Inzwischen ist sie angesichts der Häufigkeit von Programmveränderungen bei MTV schon recht lange im Programm.⁸ Auf ihrer Internetseite für Werbekunden preist Viacom, die Muttergesellschaft, *News Mag* als eine „festetablierte MTV Marke, die den Nerv der Zuschauer trifft“ an und nennt es einen „Klassiker“ (Viacom Brand Solutions 2007c, d). Der Sender zeigte sich mir gegenüber leider nicht dazu bereit, Zuschauerzahlen zu nennen. In der MTV Studie „Giving the beat II“ heißt es jedoch vage: „Die hohen Zuschauerzahlen beweisen, dass sich auch bei diesem Format eine sehr breite Zielgruppe angesprochen fühlt“ (Giving the beat 2003, S. 38). Zum Inhalt der Sendung wird festgestellt: Sie „bietet neueste Informationen aus verschiedenen Musikszenen, Orientierung, echte Fakten und Unterhaltung in einem stimmigen Ganzen“ (Giving the beat 2004, S. 32). Hier werden „alle Gossip-Junkies täglich mit Informationen aus Musik, Entertainment, Kino und Lifestyle [versorgt] – Insiderwissen inklusive“ (MTV 2007). Inhaltliche Schwerpunkte sind also Musik und so genannte ‘Stars’. Bei der Sendung handelt es sich weniger um Nachrichten im engeren Sinne, sondern eher um ‘Infotainment’ mit dem primären Ziel, zu unterhalten und erst an zweiter Stelle zu informieren. Dies verdeutlicht unter anderem der Hinweis auf die „Gossip-Junkies“.⁹ Definiert man das, was eine Information ist, weiter gefasst und sieht demnach auch das *MTV News Mag* als Nachrichtensendung, ist es nach einer Klassifizierung von Burger dem Format ‘News Show’ zuzuordnen (Burger 2005, S. 265f.). Kennzeichnend für News Shows sind die Rolle des Moderators, der extrem im Vordergrund steht, sowie der Verzicht auf den Anspruch, eine in erster Linie informative Sendung zu sein (ebd., S. 266). Die Verbindung von Unterhaltung und Information, wie sie typisch für das Infotainment ist, prägt die Sendung. Generell lässt sich über das Fernsehverhalten von Jugendlichen sagen, dass Unterhaltungs- und Boulevardformate bei ihnen sehr beliebt sind, ein Drittel der Jugendlichen nutzt sie regelmäßig, um sich zu informieren¹⁰ (Großegger 2004, S. 10; Vollbrecht

⁸ Nach Beenden der vorliegenden Analyse wurde die Sendung im Rahmen von Umstrukturierungs- und Einsparmaßnahmen eingestellt (laut 2008). Die letzte Ausstrahlung war am 21. Oktober 2008. Im Folgenden wird jedoch weiterhin im Präsens über die Sendung geschrieben.

⁹ Auch in der Sendung wird explizit darauf aufmerksam gemacht: Am 2. Februar spricht Karolin Peiter, eine der Moderatoren, von „ihrem Auftrag“, der wie immer laute, „Gossip ohne Ende“ zu liefern („Gossip“ ist ein Anglizismus und bedeutet Klatsch und Tratsch).

¹⁰ Das heißt aber nicht, dass Jugendliche sich hauptsächlich aus solchen Formaten informieren, denn noch vor den Boulevardmagazinen mit 32 Prozent werden Nachrichtensendungen von 35 Prozent der Jugendlichen als Informationsquelle genutzt (Vollbrecht 2002, S. 22). Hier werden allerdings vor allem die Nachrichten der privaten Sender geschaut.

2002, S. 22). Es ist vor allem die aufgelockerte Darbietungsform, die den jugendlichen Erwartungen entgegenkommt. Studien haben gezeigt, dass Jugendliche einen weiter gefassten Informationsbegriff haben und Nachrichten sie am wahrscheinlichsten ansprechen, wenn sie kompakt, verständlich und authentisch sind (Schatz/Götz 2004, S. 21ff.). Der Name der Sendung wird beiden Aspekten gerecht. Er ist wie alle Namen bei MTV englisch. Hier wird der amerikanische Einfluss besonders deutlich. „News“ bedeutet „Nachrichten“ oder „Neuigkeiten“ und „Mag“ ist die Kurzform von Magazin, einem Typ Sendung, der von Jugendlichen geschätzt wird (Eimeren/Krist 2004, S. 19). Der Anspruch zu unterhalten wird damit durch „Mag“ schon im Namen deutlich gemacht.

Das *MTV News Mag* wird Montag bis Freitag um 16.25 Uhr, 20 Uhr und 23 Uhr aus Berlin gesendet, dabei wird die erste Ausgabe meist live ausgestrahlt. Insgesamt dauert die Sendung etwa acht Minuten und besteht aus der Begrüßung, dem Überblick, circa drei Beiträgen mit den jeweiligen Moderationen, den Short Cuts¹¹ und der Verabschiedung. Der Moderator liest seine Texte, im Gegensatz zu vielen anderen Nachrichtensendungen, nicht von einem Teleprompter ab.¹² Bei der 20- und 23-Uhr-Sendung wird jeweils auf die erste Ausgabe zurückgegriffen. Nur die Verabschiedung wird neu aufgezeichnet, da diese immer einen Programmhinweis auf die nachfolgende Sendung enthält. Donnerstags ist ein Beitrag aus der Reihe „Beitrag zu Weltfrieden und Erleuchtung“ und freitags aus der Reihe „Depp der Woche“ zu sehen. In Tabelle 1 stelle ich exemplarisch den Ablauf der Sendung vom 18. Januar 2007 dar.

Es wird deutlich, dass die meisten Moderationen relativ kurz sind, die längste dauert 29 und die kürzeste zehn Sekunden. An den Texten und der Recherche arbeiten insgesamt sechs Redakteure, die im Durchschnitt 28 Jahre alt sind. Markus Kavka ist der Hauptmoderator und Produzent der Sendung, daneben moderiert er noch *MTV Rockzone* und *Rock TRL*. Ihm kommt eine besondere Bedeutung für das *MTV News Mag* zu: Schon seit der ersten Sendung ist er dabei und in seiner Position als Produzent prägend. Dies wird auch in der Beschreibung seines Profils als „Anchorman“¹³ auf der MTV-Internetseite deutlich (MTV 2007). Nicht nur für das *MTV News Mag* ist Kavka wichtig, sondern

¹¹ Die Short Cuts sind Kurznachrichten.

¹² Persönliche Mitteilung von Christian Hillemeier, MTV-Pressestelle, 20. April 2007.

¹³ Unter „Anchormen“ versteht man erstens Journalisten, die die Nachrichten – insbesondere in Nachrichtensendungen – vorstellen, verbinden und kommentieren und zweitens Schlüsselfiguren (Duden 1999, Wahrig 2006).

Position	Was?	Zeit
1.	Intro	10 s
2.	Begrüßung	10 s
3.	Überblick	11 s
4.	Anmoderation	21 s
5.	Beitrag: 50 Cent hat ein Buch veröffentlicht	1 min 35 s
6.	Moderation mit Nachricht über James Blunt und Anmoderation Short Cuts	29 s
7.	Short Cuts: zwei Kurzmeldungen	1 min 11 s
8.	Anmoderation	21 s
9.	Beitrag: Plattenveröffentlichungen	2 min 34 s
10.	Anmoderation	15 s
11.	Beitrag zu Weltfrieden und Erleuchtung	21 s
12.	Verabschiedung mit Programmhinweis	16 s
13.	Outro	7 s

Tabelle 1: Exemplarischer Aufbau

für den ganzen Sender. Auf den ersten Blick scheint dies vielleicht ungewöhnlich zu sein angesichts seines Alters – mit 40 Jahren ist er deutlich älter als die Zielgruppe – aber er ist so etwas wie das Aushängeschild des Senders (Tagespiegel 2007). Das liegt unter anderem an seiner langen Karriere beim deutschen Musikfernsehen, schon 1994 hat er bei VIVA begonnen. Er kommt aus dem redaktionellen, journalistischen Bereich und wirkt deshalb in seiner Rolle als Musikexperte authentisch. Markus Kavka ist damit in der Reihe der MTV-Moderatoren einzuordnen, die nach Kurp/Hauschild/Wiese (2002, S. 130) signalisieren, „dass man sich, auch ohne den noch immer gängigen Schönheitsidealen, Präsentationsstereotypen und der notorischen Gutgelauntheit der Branche zu entsprechen, behaupten kann“. Markus Kavkas besondere Stellung im Sender zeigt sich auch darin, dass er als einziger Vee-Jay mit Vor- und Nachnamen vorgestellt wird. Alle anderen erhalten als Insert nur den Vornamen, so auch Karolin Peiter, die Nebenmoderatorin des *MTV News Mag*.¹⁴ Sie moderiert das *MTV News Mag* seit Dezember 2006 und hat insgesamt noch relativ wenig Erfahrung. Vom Alter her passt sie mit ihren 24 Jahren gut zur jugendlichen Zielgruppe.

¹⁴ Im weiteren Verlauf der vorliegenden Arbeit wird sie deshalb ebenfalls nur „Karolin“ genannt.

4. Stilanalyse

4.1 Analysebeispiele

Die Stilanalyse werde ich anhand der vier folgenden Beispiele vornehmen. Aus unterschiedlichen Stellen der Sendung habe ich Moderationsbeispiele zu den verschiedenen thematischen Schwerpunkten gewählt. Bei Analysebeispiel 1 handelt es sich um eine erste Moderation nach dem Überblick zum Thema Musik, ebenso bei Analysebeispiel 2, hier allerdings zum Thema Film. Die Analysebeispiele 3 und 4 beinhalten eine eigene Nachricht zum Thema Stars, die dem Bereich Gossip zugeordnet werden kann, sowie eine Überleitung zu den „Short Cuts“, also den Kurznachrichten. Die ersten drei Moderationen spricht Markus Kavka, Analysebeispiel 4 wird hingegen von Karolin moderiert. Da Stil, wie in Kapitel 2 beschrieben, als medialer Stil im Zusammenhang mit der Großgruppe der Jugendlichen zu sehen ist, ist es auch wichtig zu zeigen, dass es sich hierbei nicht nur um den persönlichen Stil eines Moderators handelt, sondern dass dieser für die Sendung als Ganzes prägend ist – unabhängig vom Moderator. Da die bedeutenden Stilmerkmale in allen Beispielen vorkommen, wird in dieser Analyse, um Wiederholungen zu vermeiden, nicht Beispiel nach Beispiel bearbeitet. Stattdessen wird nach den Merkmalen gegliedert und so vorgegangen, dass ein typisches Element nach dem anderen analysiert wird.

Analysebeispiel 1

Anmoderation des Beitrags „Shakoncé“, 16. März 2007, 16.25 Uhr, Dauer: 25 s

```
MK: los geht=s also mit |shakoncé↓| * |wer↑  
NV:                                     |MACHT FRAGENDES  
K:                                     |BETONT      |  
  
MK: **          | ←|jahaa| * |shaki"ra          |  
NV: GESICHT|      |NICKT|      |HANDBEWEGUNG NACH LINKS|  
  
MK: und |be"yoncee *          | |superstarmorphing|  
NV:      |HANDBEWEGUNG NACH RECHTS|  
K:                                     |BETONT          |  
  
MK: * |jetz der neue trend|↓ * vergesst brangelina * vergesst tomcat *  
K:      |BETONT          |  
  
MK: |je"tzt|          |shakoncé↓|→ * sie ham=n video  
NV: |MACHT HANDBEWEGUNG|  
K:      |BETONT      |
```


MK: → ** warum zieht er da hin↑ ganz klar * weil da die steu"ern
 MK: nich so hoch sind↓ * da: hat er noch viel mehr zaster auf dem
 MK: konto als zu hause in en"gländ * →und übrigens er befindet sich
 MK: auch in exquisiter nachbarschaft← * denn wisst ihr →|wer gleich
 NV: |LÄCHELT
 MK: um=s eck wohnt←* | |* phi"l collins |
 NV: UND BLINZELT LEICHT | |MACHT KOPFBEWEGUNG ZUR SEITE|
 MK: * der ritter der enterbten↓ * die short cuts↓

Analysebeispiel 4

Abmoderation, Moderation mit Nachricht und Anmoderation der Short Cuts,
 7. Februar 2007, 20 Uhr, Dauer: 31 s

Ka: das vollständige Interview könnt ihr bei mtv overdrive sehn- *
 Ka: sie"nna miller * is ja bekannt als
 K: ABRUPTER THEMENWECHSEL
 Ka: hollywoodbetthüpferli↓ * deswegen hat ihr paris hilton gleich
 Ka: mal=n deftigen spitznamen verpass sludienna * siennas neueste
 Ka: erobderung kö"nnte ihr aber eindeutig den rang ablaufen *
 Ka: möchtegernmusiker und ←calvinkleinposterboy → jamie burt datet
 Ka: jede altersklasse und nu"r die crème de la crème↓ * kate moss
 Ka: lindsay lohan courtney love * und e"bend heartbreakmento>r<
 Ka: sienna miller↓ *mal kuckn wer diesmal die krokodilstränn
 Ka: |medienwirksam kullern| lässt↓ |* und jetzt kommen die short cuts↓|
 K: |LEICHT SPÖTTISCH |
 NV: |LÄCHELT |

4.2 Kurze Beschreibung der Analysebeispiele

Bei den ausgewählten Transkripten handelt es sich bei Beispiel 1 um eine Anmoderation zu einem Beitrag über ein neues Video der Sängerin Beyoncé in Kooperation mit der Sängerin Shakira. Markus Kavka erklärt den neuen Trend des „Superstarmorphings“ und beschreibt das neue Video sowie die Ähnlichkeiten der zwei Sängerinnen. Auch in Beispiel 2 wird ein Beitrag anmoderiert, diesmal über den Kinofilm „Das wilde Leben“, der von dem Leben der 70er-Jahre-Ikone Uschi Obermaier handelt. In der Anmoderation wird kurz erklärt, wofür Uschi Obermaier berühmt ist und mit welchen Menschen sie in Verbin-

dung gebracht wird. In Beispiel 3 werden die Kurznachrichten, genannt „Short Cuts“, anmoderiert und davor die Nachricht, dass James Blunt in die Schweiz gezogen ist, mitgeteilt. In den eben kurz beschriebenen drei Beispielen ist Markus Kavka der Moderator. Der Vollständigkeit halber wird in Beispiel 4 eine Moderation von seiner Vertreterin Karolin herangezogen. Wie im letzten Beispiel moderiert auch sie die Short Cuts an, wobei sie hier kurz den letzten Beitrag abmoderiert, dann über den neusten Gossip zu Hollywoodstar Sienna Miller und ihren neuen Verehrer berichtet, um dann abrupt zu den Short Cuts zu wechseln. Im Folgenden werden nun diese vier Beispiele auf ihre typischen Stilelemente hin analysiert. Besonders im Mittelpunkt stehen dabei das **Audience Design** und die **verschiedenen Aspekte der Beziehungsgestaltung** zwischen dem Moderator und den Zuschauern.

4.3 Der mediale Stil des *MTV News Mag*

Wie schon beschrieben, möchte MTV Jugendliche ansprechen. Dies soll erreicht werden, indem die Sendung so gestaltet wird, dass sie dem MTV-Bild von Jugendlichen entspricht und sich die Moderatoren als den Jugendlichen nah präsentieren. Im Folgenden wird der mediale Stil der Sendung untersucht und gezeigt, welche stilistischen Mittel und Strategien gewählt werden. Prägend für den medialen Stil sind Merkmale, die ich in drei Aspekten zusammenfassen möchte: 1. die Strategie der kommunikativen Nähe, die in 4.3.1 untersucht wird, 2. der jugendliche Ton, dessen Analyse sich Abschnitt 4.3.2 widmet und 3. die Selbstdarstellung der Moderatoren, die in 4.3.3 beschrieben wird.

4.3.1 Herstellen von Nähe

Die Beziehungsgestaltung zwischen dem jeweiligen Moderator und den Zuschauern ist wichtig für den medialen Stil. Die Moderationen sind durch die Bemühungen geprägt, Nähe herzustellen. Hier zeigt sich, dass MTV kommunikativer Nähe eine große Bedeutung beimisst und sie als entscheidend für die Beziehungsgestaltung und damit für das Erreichen der Zielgruppe der Jugendlichen einschätzt. Insbesondere zwei von MTV gewählte Mittel treten hier hervor.

4.3.1.1 Annäherung an eine Gesprächsinszenierung

In Analysebeispiel 1 startet Markus Kavka seine Anmoderation des Beitrags über das neue Video von Beyoncé mit *los geht=s also mit*. Eine für die *MTV News* typische Formulierung, die so oder leicht abgewandelt häufig für den Einstieg nach der Begrüßung und dem Sendungsüberblick verwendet wird. Es

ist ein kurzer Satz, der dem Zuschauer mitteilt, was Thema in der Moderation sein wird. Hier ist es „Shakoncé“, ein Kompositum, das der Moderator neu einführt, und durch die Betonung auch als neu und auffällig markiert. Bei „Shakoncé“ handelt es sich um eine Zusammenrückung aus den zwei Eigennamen der Künstlerinnen Shakira und Beyoncé. Markus Kavka berichtet in seiner Rolle als Moderator über „Shakoncé“. Nachdem er das Thema vorgestellt hat, stellt er, nach einer kurzen Pause, den elliptischen Fragesatz *wer?*. Seine Mimik ist betont fragend und verständnislos. Mit dieser Frage geht Markus Kavka über die Rolle eines Moderators hinaus und erfüllt so etwas wie eine zweite Rolle, die eines Hörers, der mit der entsprechenden Mimik hinterfragt, von wem die Rede ist. An dieser Stelle nähert sich die Moderation durch das Ausfüllen von eigentlich zwei Rollen einer Inszenierung eines Gesprächs. Mit der Nachfrage *wer* wird Unverständnis signalisiert.¹⁵ Führt man das Bild des Gesprächs weiter, dann kann die Frage als Aufforderung des Hörers zur weiteren Erklärung gesehen und das *jahaa* und die Gestik des Nickens als Rückmeldesignal für den Gesprächspartner, hier für den Hörer, verstanden werden. Markus Kavka bestätigt damit, dass sich der Hörer nicht verhöhrt hat und erklärt dann weiter, was sich hinter „Shakoncé“ versteckt. Die Betonungen und die nonverbale Gestik¹⁶ der Handbewegung einmal nach links und einmal nach rechts unterstreichen die Erläuterung, wer Shakoncé sind und dass es sich dabei um zwei Sängerinnen handelt. In der Moderation ist folglich durch den scheinbar interaktiven Aufbau und durch das Ausfüllen der Rolle des Sprechers und des Hörers ein Rollenspiel festzustellen, das ein Gespräch mit mindestens zwei Gesprächspartnern nachahmt. Hierzu werden häufig rhetorische Fragen verwendet. Markus Kavka füllt die Rolle des zweiten Gesprächspartners dabei so aus, wie er von seinen Zuschauern erwartet zu reagieren.

Auch in Beispiel 2 und 3 können wieder die Rolle des Moderators, der berichtet, und die Rolle des Hörers, der auf das Gesagte reagiert, ausgemacht werden. Hierfür werden ebenfalls Fragen verwendet sowie Mittel, die in alltäglichen Gesprächen als Rückmeldesignal fungieren. In Beispiel 2 deutet der Moderator durch die Pause und die Partikel vor *wirken* ein „verruhtes“ Thema an und fordert so indirekt zur Nachfrage auf. Die stellt Markus Kavka

¹⁵ Hörersignale wie diese dienen in einem Gespräch der Organisation und zeigen, dass „das Gesagte verfolgt wird“ (Androutsopoulos 1998, S. 488). Darüber hinaus haben sie auch etwas damit zu tun, „wie Hörer das vom Sprecher Gesagte aufnehmen“ (Schwitalla 2001, S. 900).

¹⁶ Die Untermauerung der verbalen Kommunikation durch Gestik ist typisch in der Kommunikation (Schwitalla 2006, S. 203).

dann auch selbst und beginnt mit einer Interjektion: *hhö*"↑ *wer is denn uschi obermaier*. Mit *hhö*"¹⁷ wird Unverständnis signalisiert. Durch den Zusatz *werdet ihr fragen* zeigt Markus Kavka, dass er hier aus der Perspektive seiner Zuschauer fragt. In Beispiel 3 dienen als Rückmeldesignal zum einen der nicht-lexikalisierte Laut *mhm* und zum anderen die Gestik des Nickens. Hier werden zwei Arten von Fragen gestellt: eine aus der Perspektive der Zuschauer (*warum zieht er da hin*↑); bei der anderen werden diese direkt adressiert (*denn wisst ihr →wer gleich um=s eck wohnt←*).

Nachdem das Mittel der Gesprächsinszenierung – oder zumindest der Annäherung an eine solche – beschrieben wurde, soll nun die Funktion beleuchtet werden. Sie dient der Herstellung von Nähe. Warum greift die MTV-Redaktion nun aber zu diesem Mittel? Es wurde schon beschrieben, dass Vertrautheit ein wichtiger Aspekt für kommunikative Nähe ist. Auch in sprachwissenschaftlichen Untersuchungen über jugendspezifische Sprechweisen wurde dies belegt. Schlobinski/Kohl/Ludewigt haben in ihrer Arbeit gezeigt, dass die Kommunikation in einer Gruppe Jugendlicher besonders gut funktionierte und sich durch Nähe auszeichnete, wenn die „umfassenden gemeinsam geteilten Wissensbestände und die tiefe Kenntnis voneinander“ ihre Basis bildeten (Schlobinski/Kohl/Ludewigt 1993, S. 145). In massenmedialer Kommunikation kann diese Vertrautheit nicht entstehen. Für ein mediales Ereignis wie *MTV News* ist es aufgrund der strukturellen Gegebenheiten einfach nicht möglich, eine entsprechende situative Gegebenheit zu schaffen. Der Moderator und die Redaktion haben nur eine Vorstellung, eine Art Bild von ihren Zuschauern, persönlich kennen sie sie nicht. Das Defizit der Eindirektionalität (siehe Kapitel 2.4.1) bringt eine gewisse Distanz mit sich. Ein persönliches Gespräch von zwei oder mehreren Gesprächspartnern weist hingegen eine größere kommunikative Nähe auf als die mediale eindimensionale Kommunikation, da hier durch die räumliche Nähe zumindest die Chance gegeben ist, direkt zu reagieren, so dass Intimität entstehen kann.

Die Erkenntnis über das Defizit der Massenmedien (siehe Kapitel 2.4.1) stammt aus wissenschaftlichen Untersuchungen, von denen nicht selbstverständlich angenommen werden kann, dass die MTV-Redaktion sie kennt. Jedoch wurde auch nachgewiesen, dass es in den Medien eine verbreitete Strategie ist, dieses Defizit durch die Annäherung an die direkte Kommunikation zu verringern. Diese Beobachtung sowie die Moderationen lassen mich davon ausgehen, dass sich die *MTV News*-Redaktion sehr wohl der problematischen strukturellen

¹⁷ Die nicht lexikalisierte Interjektion *hhö* ist umgangssprachlich markiert und erinnert so an ein alltägliches Gespräch.

Gegebenheiten von Massenmedien bewusst ist. Ihre Lösung für das Problem ist das oben beschriebene Mittel der Annäherung an die Gesprächsinszenierung. Durch sie soll möglichst viel Nähe hergestellt und die größere kommunikative Nähe von natürlichen Gesprächen ausgenutzt werden. Die Inszenierung eines Gesprächs, zumindest die Annäherung an sie, beinhaltet demnach auch eine Inszenierung von kommunikativer Nähe. Durch sie soll die in den strukturellen Gegebenheiten verankerte Distanz zwischen Moderator und Zuschauer verringert und ihre Beziehung zueinander als persönlich markiert werden. Auch lässt sich erkennen, dass die Rolle des Hörers den Zuschauern gerecht werden soll. Das bedeutet, die zweite Rolle wird so ausgefüllt, dass sie der vermuteten Reaktion des Zuschauers nahe kommt, beziehungsweise dass die Fragen gestellt werden, von denen antizipiert wird, dass auch der Zuschauer sie fragen könnte. Neben dem Herstellen von Nähe ist ein anderer Effekt dieser Strategie, dass die Moderationen durch die teilweise expressiven Ausdrücke und die Mimik lebhafter wirken.

Für die Beziehungsgestaltung zwischen Moderator und Zuschauer sowie dem Bestreben nach kommunikativer Nähe ist die Annäherung an eine Inszenierung eines Gesprächs, wie sie hier beschrieben wurde, demzufolge sehr wichtig. Der zweite wichtige Aspekt um Nähe herzustellen sind die sprechsprachlichen und spontan-ungeplanten Elemente.

4.3.1.2 Sprechsprachliches und Spontan-Ungeplantes

Es wurde gezeigt, dass für ein Medienformat die traditionellen Einteilungen und Definitionen von Mündlichkeit nicht ausreichen, es müssen andere Konzepte verwendet werden, die den medialen Strukturen und den veränderten Voraussetzungen gerecht werden. Hier werden die Erkenntnisse der sekundären Mündlichkeit sowie der konzeptionellen Mündlichkeit nach den Definitionen von Androutsopoulos berücksichtigt. In Jugendmedien zeigt sich demnach die Nähe zur gesprochenen Sprache typischerweise durch sprechsprachliche Elemente im Geschriebenen und durch spontan-ungeplante Elemente im Gesprochenen. Für die *MTV News* ist nun aufgrund der Produktion der Sendung beides von Bedeutung. Wichtig an dieser Stelle ist, nochmals die Entstehung der Moderationstexte und die Struktur der Sendung zu betonen. Die Moderationen werden von der Redaktion recherchiert, erarbeitet sowie zu einem bestimmten Grad verschriftlicht. Sie sind also, wie schon unter dem Stichwort 'sekundäre Mündlichkeit' erläutert, geplant und vorstrukturiert. Später werden sie dann mündlich und ohne Teleprompter mit dem Ziel vorgelesen, trotz der Vorarbeit so spontan wie möglich zu sein. Auch der Verzicht

auf einen Teleprompter ist im Zusammenhang mit dem redaktionellen Bestreben nach Spontaneität zu sehen.¹⁸ Das heißt: Für die konzeptionelle Mündlichkeit, wie sie in den *MTV News* festzustellen ist, ist sowohl das Sprechsprachliche als auch das Spontan-Ungeplante wichtig.

Die Analyse der Beispiele ergibt: Es werden in allen Beispielen sprechsprachliche und umgangssprachliche Elemente verwendet, die die Moderationen als spontan mündlich markieren. Auf der phonologischen Ebene fällt vor allem die große Zahl von Verschleifungen und Lautabschwächungen auf. Ein Beispiel für eine Verschleifung gibt es in dem schon beschriebenen Einstiegssatz *los geht=s mit*. Das *e* fällt weg und aus dem Verb *geht* und dem Pronomen *es* wird *geht=s*. Solche Verschleifungen sind in vielen Moderationen des *MTV News Mag* zu finden.¹⁹ Auch Lautabschwächungen sind ein häufiges Phänomen in den Moderationen des *News Mag*. Ein Beispiel findet sich unter anderem in Analysebeispiel 1, als Markus Kavka das Kompositum „Shakoncé“ näher erklärt: *superstarmorphing *jetz der neue trend*↓. Das *t* von *jetzt* wird nicht gesprochen.²⁰ Damit wurden auf der phonologischen Ebene die für die konzeptionelle Mündlichkeit typischen Verkürzungen und Verschleifungen belegt.

Phonetisch auffällig ist in Analysebeispiel 2 auch das /n/ in dem Kompositum *run"bummskolumne*, als Markus Kavka von der Kommune 1 berichtet. Hier handelt es sich meiner Meinung nach um einen nicht-intentionalen phonetischen Versprecher. Markus Kavka wollte meines Erachtens *rum* statt *run* sagen. In dem von mir zusammengestellten Korpus lassen sich einige Versprecher, sowohl Lautabweichungen als auch Unterbrechungen der Satzkonstruktion, nachweisen.²¹ Sie werden bei den *MTV News* begünstigt, da in der Sendung kein Teleprompter verwendet wird. Die Versprecher sind aus redaktioneller Sicht bis zu einem gewissen Grade akzeptiert, wenn nicht sogar er-

¹⁸ Dieser Anspruch live und ohne Teleprompter zu moderieren wird von Markus Kavka in der Sendung vom 14. März betont. Er greift den im vorherigen Beitrag vorgebrachten Vorwurf, nur abzulesen, auf, weist ihn erst von sich, um dann offensichtlich gespielt und sehr betont abzulesen.

¹⁹ In Analysebeispiel 1 gibt es eine weitere Verschleifung bei *ham=n*, in Analysebeispiel 2 bei *ham* und bei *über=s*, in Analysebeispiel 3 bei *um=s* sowie in Analysebeispiel 4 bei *mal=n*.

²⁰ Diese Apokope des /t/ ist eine häufige lautliche Veränderung in der gesprochenen Sprache (Schwitalla 2006, S. 39). Weitere Lautabschwächungen gibt es in den Moderationen bei *diesm*, *is*, *ansonstn*, *lebn*, *nenn*, *ne*, *jedn*, *hervorragen*, *mal*, *nich*, *sehn*, *verpass*, *ablaufn*, *kuckn* und *krokodilstränn*.

²¹ Diese kommen in der gesprochenen Sprache häufig vor (Schwitalla 2006, S. 41).

wünscht,²² um das Element des Spontan-Ungeplanten zu betonen. Interessant an dem Kompositum *run"bummskolumne* ist die Tatsache, dass sich hier zwei Versprecher nachweisen lassen, ein nicht-intentionaler sowie ein intentionaler. Dieser wird an anderer Stelle (Kapitel 4.3.2: Spiel mit der Sprache) näher beleuchtet.

Die sprechsprachlichen Einflüsse der Sendung wirken sich auch auf die Ebene der Syntax aus. Der eben zitierte Satz über das *superstarmorphing* ist ein gutes Beispiel dafür. Durch einen größeren Moderationsausschnitt wird es noch deutlicher:

```

MK: los geht=s also mit |shakoncé↓| * |wer↑
NV:                                     |MACHT FRAGENDES
K:                                     |BETONT      |

MK: **      | ←|jahaa| * |shaki"ra      |
NV: GESICHT|      |NICKT|      |HANDBEWEGUNG NACH LINKS|

MK: und |be"yoncee *      | |superstarmorphing|
NV:      |HANDBEWEGUNG NACH RECHTS|
K:      |BETONT      |

MK: * |jetz der neue trend|↓ * vergesst brangelina * vergesst tomcat *
K:      |BETONT      |

MK: |je"tzt      |      |shakoncé↓|→ *
NV: |MACHT HANDBEWEGUNG|
K:      |BETONT      |

```

Insgesamt kommen vier elliptische Sätze nacheinander vor.²³ Der erste ist die oben schon beschriebene elliptische Frage *wer?*, die dem einleitenden Satz folgt und in der Strategie der Annäherung an das Gespräch als ein Hörersignal

²² Dies belegt die Sendung von Karolin am 07. Februar 2007. Die Sendung wurde nach der ersten Live-Ausstrahlung mit „groben Versprechern“, die die Verständlichkeit der Moderation sehr erschwerten, nachgebessert. Die Moderation wurde neu aufgezeichnet und diese in den späteren Ausstrahlungen um 20 und 23 Uhr gezeigt. Während meinen Aufzeichnungen ist dies nur ein einziges Mal vorgekommen, obwohl es noch weitere Versprecher gab, so zum Beispiel in derselben Sendung. In einer weiteren Moderation sind noch zwei Versprecher zu finden, bei denen in den späteren Sendungen nicht nachgebessert wurde. Im Normalfall werden die Sendungen mit den Versprechern ausgestrahlt. Dieses Vorgehen zeigt also, dass es die Möglichkeit gibt, bei Versprechern nachträglich nachzubessern, diese aber bei kleinen Versprechern nicht genutzt wird. Ein möglicher Beleg dafür, dass die Versprecher akzeptiert werden.

²³ Es existieren unterschiedliche Definitionen und Einteilungen von Ellipsen. In dieser Arbeit wird eine weitgefaste Definition von Ellipse verwendet. Diesem Verständnis nach handelt es sich um Ellipsen, wenn erwartbare Satzteile ausgelassen werden, „vor allem wenn sie in-

fungiert.²⁴ Auch in den anderen Moderationsbeispielen werden häufig, wenn auch nicht unbedingt in solcher Konzentration, Ellipsen verwendet. Sie sind also prägend für die Satzkonstruktion. Bei Untersuchungen zur Verwendung von Ellipsen oder anderen Satzreduktionen wurde festgestellt, dass diese vor allem in der spontan mündlichen Rede vorkommen.²⁵ Zudem fällt, wenn auch nicht in ebenso hohen Maße, die Stellung des Verbs auf. Es finden sich dafür unter anderem Beispiele in der eben zitierten Moderation (*man kann sie kau"m auseinanderhalten in diesem clip*↓) und in Analysebeispiel 2 (*dann hat sie gewohnt in der kommune eins von reiner langhans in berlin*). Es zeigt sich, dass hier lange Satzklammern, wie sie häufig in geschriebenen Texten vorkommen, vermieden werden und stattdessen ausgeklammert wird. Trotz Ausnahmen kann insgesamt eine Tendenz zur Vermeidung langer Satzklammern festgestellt werden. Auch die typischen Herausstellungen kommen in den Moderationen vor, wie auch in Analysebeispiel 2 zu sehen ist. Es handelt sich um Nachträge mit dem Verb in Spitzenstellung: das *diplomgroupie* wird ergänzt durch die Erklärung *hatte sie alle* und die *kommune* durch die Redewendung →*hat jeder mit jedn*←.

Auch schnelle und teilweise abrupte Themenwechsel stehen im Dienste der Spontaneität. Dies ist auch deutlich in den Anmoderationen der Rubrik „Short Cuts“ zu sehen. Diese Überleitungen geschehen oft sehr abrupt, so dass man in den meisten Fällen eigentlich überhaupt nicht von einer Überleitung sprechen kann. So zu sehen in Analysebeispiel 3, als auf *der ritter der enterbten*↓ die knappe Ankündigung **die short cuts*↓ ohne weitere Erklärung folgt. Hier deuten lediglich die fallende Intonation und die kurze Pause den Wechsel an. Eine Vorgehensweise, wie sie ganz typisch für die Ankündigung der Short Cuts ist. Aber nicht nur in Bezug auf diese Rubrik lassen sich abrupte Wechsel feststellen, wie Analysebeispiel 4 zeigt. Hier moderiert Karolin den Beitrag über den Kinofilm „Rocky Balboa“ ab und kommt dann ohne Überleitung

haltlich redundant [...] sind und durch den Kontext verdeutlicht werden können“ (Sowinski 1991, S. 94). Das heißt, durch die Reduktion verlieren sie nicht an semantischer und pragmatischer Vollständigkeit (Androutsopoulos 1998, S. 292).

²⁴ Es handelt sich dabei um eine Adjazenzellipse, die nach Androutsopoulos eine der drei Typen ist, die in den Sprachen Jugendlicher relevant sind (Androutsopoulos 1998, S. 294).

²⁵ Androutsopoulos beschreibt Elliptizität, sowohl die syntaktische als auch die phonologische, wie sie bei den Lautabschwächungen nachgewiesen wurde, als ein natürliches Phänomen der gesprochenen Sprache, das vor allem „unter situativen und pragmatischen Bedingungen wie kommunikative Nähe, Expressivität und emotionale Beteiligung auftritt“ (Androutsopoulos 1998, S. 293). Viele dienen zum Emotionsausdruck, zur Aufforderung und zur Bewertung (Schwitalla 2006, S. 110). Des Weiteren sind Ellipsen auch in Texten zu finden, „die mündliche Redeweisen nachahmen“ (Sowinski 1991, S. 93).

direkt auf Sienna Miller zu sprechen, diesmal ohne fallende Intonation, lediglich mit kurzer Pause. Diese abrupten, schnellen Wechsel werden oft in den Sendungen des *MTV News Mags* verwendet und zielen offenbar auf die Wirkung des Spontanen ab.

Auf der lexikalischen Ebene finden sich in den Moderationen Interjektionen wie *mhm* und *hhö*, Partikeln wie *naja* sowie Vagheitsausdrücke, so genannte Hedges.²⁶ Das Gesagte wird durch die Vagheitspartikeln abgeschwächt. Dabei stehen diese anscheinend im Gegensatz zur eigentlichen Funktion des Anmoderierens. Beim Anmoderieren soll ein Beitrag angepriesen werden, so dass der Zuschauer Lust bekommt, weiter zu schauen. Auf der anderen Seite schwächen die Vagheitspartikeln jedoch das Gesagte ab. Zum einen zeigt sich darin die Wichtigkeit der sprechsprachlichen und spontanen Elemente im Dienste der kommunikativen Nähe. Zum anderen hat ihre Verwendung einen weiteren Effekt: Dadurch, dass die Anpreisungen von Abschwächungen begleitet werden, werden die interessanten Teaser wie *run"bummskolumme* quasi nebenbei geliefert. Das heißt, sie machen die Moderationen interessant, ohne dass sie dabei überzogen wirken. In Analysebeispiel 1 findet sich ein Beleg für eine andere Art von Vagheit:

MK: aber ansonstn * | ha denkt | man sich *

NV: | GREIFT SICH AN DIE STIRN |

MK: | t s " |

K: | HOCH |

Markus Kavkas Aussage ist sehr vage. Was meint er mit *ts*"? Die Mimik und Gestik sind sehr lebendig, aber nicht eindeutig. Will er nun damit sagen, dass er die Ähnlichkeit der zwei Künstlerinnen erstaunlich oder vielleicht sogar lächerlich findet? Die Moderation lässt dies offen. Die geweckte Erwartung einer klaren Aussage durch das vorher gesagte *denkt man sich* wird nicht erfüllt. Sie entspricht somit dem von Schwitalla festgestellten semantischen Prinzip der Vagheit in der Mündlichkeit (Schwitalla 2006, S. 161). Zum einen wirkt es durch dieses Offenlassen und die Verwendung von *ts* als umgangssprachliches Mittel spontan, zum anderen ist es passend zum jugendlichen Ton frech – durch die Betonung und die hohe Stimmlage sowie durch die verbreitete Bedeutung von *ts* als Ausdruck für Überheblichkeit, Eingeschnapptsein und Verhaltenskritik.

Die obigen Ausführungen belegen den Gebrauch von sprechsprachlichen und spontan-ungeplanten Elementen in den Moderationen auf allen Ebenen. Mit-

²⁶ So zu sehen in Analysebeispiel 2 (*das war ja so ne run"bummskolumne, wir ham mit beiden mal so über=s groupiedasein gesprochen*).

tels dieser Elemente wird versucht, genau wie bei der Annäherung an eine Gesprächsinszenierung, trotz der strukturellen Gegebenheiten durch die Betonung der Mündlichkeit Nähe herzustellen und somit die Beziehung Moderator-Zuschauer als nah und die Sendung als informell zu markieren. Das heißt, auch wenn aufgrund des Grads der Vorbereitung keine konzeptionelle Mündlichkeit im Sinne von ursprünglicher Formulierung gegeben ist, kann eine Orientierung an einen Stil der kommunikativen Nähe, wie Androutsopoulos konzeptionelle Mündlichkeit definiert, festgestellt werden. Diese Bemühungen um Nähe durch Mündlichkeit sind so umfangreich, dass sie, neben der Annäherung einer Gesprächsinszenierung, das zweite Standbein für die kommunikative Nähe bilden.

Des Weiteren zeigt sich das Bemühen, die Beziehung zwischen Moderator und Zuschauer möglichst nah zu gestalten, auch in der Anrede der Zuschauer. Die Art und Weise der Anrede kann als Ausdruck der sozialen Beziehung zwischen Moderator und Zuschauer gesehen werden. Sowohl in Analysebeispiel 2 als auch in Analysebeispiel 3 spricht Markus Kavka seine Zuschauer direkt mit „ihr“ an. Entsprechend ist auch der Hinweis in Analysebeispiel 1 formuliert. Mit *vergesst brangelina * vergesst tomcat* teilt er seinen Zuschauern in der Vertraulichkeitsform der 2. Person Plural Imperativ mit, dass die so genannten Celebritypaare Bratt Pitt und Angelina Jolie sowie Tom Cruise und Katie Holmes nicht mehr „in“, also nicht im Trend sind. Durch die Verwendung des „du“ statt des Höflichkeitspronomens markiert der Moderator die Beziehung als informell und ebenbürtig. Er übernimmt so das jugendtypische Verhalten: Jugendliche duzen sich im Alltag. Dies ist eine Strategie, die so in allen Jugendmedien angewandt wird.²⁷ Hier zeigt sich ein Unterschied zwischen Alltagskommunikation und medialer Kommunikation: In der Alltagskommunikation ist das Duzen jugendtypisch, aber nicht **jugendspezifisch**. Während sich manche Erwachsene zwar auch im Alltag duzen, wird es in Erwachsenenmedien kaum genutzt.

Mit dieser hier beschriebenen Strategie, die dazu dient, Nähe herzustellen, signalisiert der Moderator seinen Zuschauern, dass er einer von ihnen ist, beziehungsweise sich ihnen nahe fühlt und ihre Alltagswelt versteht und teilt. Er präsentiert sich mittels der kommunikativen Nähe als Teil der Jugendkultur und zeigt so, dass diese Sendung ein Medium für Jugendliche ist. Nachdem nun die Strategie der Herstellung von Nähe und deren Mittel analysiert wurden, wende ich mich nun der zweiten Strategie zu, mit der die Sendung jugendlich markiert wird.

²⁷ Nach Androutsopoulos wird in Jugendmedien und jugendgerichteter Werbung das Duzen systematisch genutzt (Androutsopoulos 2000, S. 230).

4.3.2 Der jugendliche Ton: kreativ, frech und ironisch

Die Sendung ist von Phänomenen geprägt, die ich hier unter der Bezeichnung **jugendlicher Ton** zusammenfassen möchte. Dieser zeigt sich auf den unterschiedlichsten Ebenen. Darunter verstehe ich besonders Sprachphänomene, die ich als Spiel mit der Sprache bezeichne, sowie Mittel der Typisierung. Aber auch das Tempo ist wichtig für den jugendlichen Ton.

4.3.2.1 Das Spiel mit der Sprache

Für den jugendlichen Ton entscheidend ist das Spiel mit der Sprache in den Moderationen. Darunter fallen Sprachphänomene, an denen die Lust am Experimentieren und der Spaß an sprachlichen Innovationen sowie ein gewisser Sprachwitz erkennbar werden. Eine große Bedeutung kommt dabei der Neologismenbildung zu, speziell für das Muster der Komposition. Dies wird unter anderem in Analysebeispiel 1 bestätigt, in dem eine spezielle Form des Wortbildungsmusters thematisiert wird. Bei dem vorher schon beschriebenen Kompositum „Shakoncé“ werden zwei Künstlernamen, die in Beziehung stehen, zu einem Künstlernamen zusammengedrückt. Diese Neubildung trägt damit der engen Verbindung der zwei Künstlerinnen Rechnung und zeichnet sich durch eine besondere Verbindung der Ebenen aus: Die semantische wird hier durch die morphologische Ebene ausgedrückt. Die Beispiele, die der Moderator an Zusammenrückungen von Künstlernamen aufzählt, wie *tomkat* oder *brangelina*, finden sich in vielen Unterhaltungsformaten. Sie drücken aus, dass die Künstlerpaare, bei denen es sich um Lieblinge der Klatschpresse handelt, medial nur noch gemeinsam wahrgenommen werden. Hierbei handelt es sich immer um Künstler mit Starhype, die häufig die Klatschspalten füllen. Bei *shakoncé*, der „Verschmelzung“ von Shakira und Beyoncé, die laut dem Moderator jetzt aktuell und „in“ ist, handelt es sich um eine sprachliche Neubildung von *MTV News Mag*. Bei der Namensgebung wurde folglich auf andere kulturelle Ressourcen, hier das verwendete sprachliche Muster, zurückgegriffen, um etwas Neues zu schaffen. Markus Kavka thematisiert diese Wortbildung und nennt sie *superstarmorphing*.²⁸ Dem Sinn nach bedeutet „Superstarmorphing“ soviel wie die Verschmelzung oder Verwandlung der zwei Superstars, und nach Markus Kavka versteckt sich dahinter ein sprachlicher Trend. Hinter der Bezeichnung steht ebenfalls wieder ein Kompositum, dessen Glieder aus dem Englischen entlehnt sind und welches eine englische Flexionsendung aufweist. Die Verwendung der Bezeichnung „Superstar“ ist

²⁸ *to morph* ist englisch und eine umgangssprachliche Kurzform von *metamorphose*, es bedeutet „sich verwandeln“, „sich verformen“ (Langenscheidt 1992).

im Deutschen inzwischen gebräuchlich. „Superstarmorphing“ ist meines Wissens eine Kreation der *MTV News*, soll aber wie ein Begriff aus einem Fachwortschatz wirken. Somit präsentiert und stilisiert sich der Moderator als Sprachexperte. Diese Thematisierung von sprachlichen Innovationen als Trend in den *MTV News* zeigt erneut, welch große Bedeutung die Redaktion der Sprache und der Komposition als stilistisches Mittel zurechnet.

In allen vier Moderationsbeispielen wird das sprachliche Muster der Komposition verwendet. Viele der Neologismen werden wie beim *superstarmorphing* durch Komposition gebildet, jedoch ohne Zusammenrückung und die damit verbundene Verflechtung der morphologischen und semantischen Ebene. Im Folgenden sollen diese für die *MTV News* typischen Komposita näher beleuchtet werden.

In Analysebeispiel 2 antwortet Markus Kavka auf seine eigene Frage, wer Uschi Obermaier sei:

MK: nu":n sie war das erst deutsche	diplomgroupie
K:	HOCH
K:	BETONT

Der Neologismus *Diplomgroupie* ist ein Kompositum aus zwei Substantiven und durch die Betonung und die Stimmhöhe besonders markiert. Das Erstglied „diplom“ wird auch in anderen Moderationen des *News Mag* bei Substantivkomposita verwendet. Dabei erfährt das Erstglied eine semantische Erweiterung. Die konventionelle Bedeutung sagt aus, dass jemand in etwas einen akademischen Grad und dafür eine offizielle Urkunde²⁹ erhalten hat. Doch die konventionelle Bedeutung trifft hier nicht zu, denn bei einem herkömmlichen Gebrauch würde das Zweitglied über die studierte Fachrichtung Aufschluss geben. Für den „Beruf“ eines Groupies gibt es kein Studium im konventionellen Sinne. Das heißt, dass die Verbindung von Diplom und Groupie sich im konventionellen Gebrauch sogar ausschließt. Markus Kavka drückt hier durch die Verwendung *diplom* aus, dass Obermaier sich durch ihr exzessives Groupieleben besonders hervorgetan hat. Ihr eigentlicher Beruf war Modell, doch wurde sie vor allem wegen ihrer zahlreichen Männerbekanntschaften und ihrem Leben in der Kommune 1 bekannt. Die Verwendung des Lexems *Diplom* zusammen mit dem Lexem *Groupie* enthält darüber hinaus ein komisches Potenzial. Groupies werden in unserer Gesellschaft bestimmt unterschiedlich bewertet – in den 68ern galt Obermaier als Vorbild für die sexuelle Revolution, konservative Kreise bewerteten ihr Verhalten als unmora-

²⁹ Die Definition des Duden lautet: „berufsbezogener akademischer Grad, der nach einem mit einer Prüfung abgeschlossenen Studium erworben wird“ (Duden 1999, S. 822).

lisch. Jedoch egal ob positiv oder negativ bewertet, den Groupies haftet etwas Verruchtes und Aufregendes an. Die Darstellung des Groupiedaseins als studierter Beruf ist durch den sexuellen Hintergrund völlig überspitzt, humorvoll und frech, da sie unseren kulturellen und gesellschaftlich gängigen Vorstellungen über die Berufs- und Arbeitswelt überhaupt nicht entspricht. In dem Kompositum *Diplomgroupie* offenbart sich aufgrund ebendieser Bedeutungserweiterung und des frechen Charakters das Spiel mit der Sprache.³⁰

In der weiteren Erklärung geht Markus Kavka dann auf Obermaiers Männerbekanntschaften sowie auf die Kommune 1 ein und beschreibt diese als *run"bummskolumne*, in der es *jeder mit jedn* hat. Wie schon erwähnt, gehe ich davon aus, dass wir es bei */run/* mit einem nicht intendiertem Versprecher zu tun haben, und dass Markus Kavka eigentlich *rumbummskolumne* sagen wollte, ein Kompositum mit einem Verb als Erstglied und dem Substantiv *Kolumne* als Zweitglied. Das Erstglied besteht aus dem Stamm des umgangssprachlichen Verbs *bumsen* und dem Formativ *rum*.³¹ Bei dem Zweitglied „kolumne“ handelt es sich um einen intendierten Versprecher,³² unterstützt wird diese Annahme durch die Blickbewegung zur Seite. Der Moderator verbessert sich mit *äh kommune*. Hier wird die phonetische Ähnlichkeit der zwei Substantive genutzt, um durch den intendierten Versprecher spielerisch die Rolle der Kommune 1³³ in den Medien zu thematisieren. Gleichzeitig wird damit eine Bewertung der medialen Rolle vorgenommen, indem angedeutet wird, dass die Kommune 1 hauptsächlich auf Medienwirkung aus war. Seine Moderation belegt, dass Markus Kavka davon ausgeht, dass seine Zielgruppe

³⁰ Es findet sich in meinen Aufzeichnungen noch ein weiterer Beleg für eine semantische Erweiterung des Lexems *Diplom*. In der Sendung vom 25. Januar 2007 nennt Markus Kavka die Sängerin Amy Winehouse eine *Diplomschnapsdrossel*. Also wird */diplom/* hier auch im Sinne von „etwas exzessiv betreiben“ verwendet, in einem Zusammenhang mit einer Tätigkeit, die im Allgemeinen negativ bewertet wird.

³¹ Das Formativ „rum“ erweist sich laut Androutsopoulos als unter Jugendlichen sehr produktiv und wird in der Jugendsprachforschung als jugendsprachlich eingestuft (Androutsopoulos 1998, S. 95).

³² In den Aufzeichnungen findet sich ein weiteres Beispiel für einen intendierten Versprecher. In der Sendung vom 7. Februar bezieht sich Karolin auf einen angeblich neuen Trend der Prominenten, Entzugskliniken zu besuchen. Sie unterstreicht ihre Aussage indem sie erst von „Urlaub“ spricht, um sich dann zu verbessern und damit fortfährt von der „Therapie“ der Stars zu berichten.

³³ Die Kommune 1 bestand von Januar 1967 bis November 1969 und war eine politisch motivierte Wohngemeinschaft. Uschi Obermaier und Rainer Langhans gaben in den Medien offen über ihr Leben in der Kommune, ihre Beziehung und ihr Sexleben Auskunft, was in der damaligen Zeit ein Tabubruch war.

nicht unbedingt Uschi Obermaier kennt. Dies zeigt sich in der von Markus Kavka antizipierten Zuschauerreaktion, die in der Annäherung an ein Gespräch durch die Frage und die Mimik deutlich wird, wie in Kapitel 4.3.1 beschrieben. Dass es sich jedoch hierbei um einen intendierten, scherzhaft gemeinten Versprecher handelt, wird auch ohne das Hintergrundwissen offensichtlich. Dieser hier beschriebene Versprecher ist ein erneuter, herausragender Beleg für die Kreativität und das Spiel mit der Sprache in den Moderationen. Durch die darauf folgende Redewendung „hat jeder mit jedn“ erläutert der Moderator die sexuellen Beziehungen und die Freizügigkeit in der Kommune.

Auch Karolin verwendet in ihrer Moderation Neologismen, die aus Komposita bestehen. In Analysebeispiel 4 geht es um die Schauspielerin Sienna Miller und die neuesten Gerüchte über ihre Männerbekanntschaften. Karolin wandelt den Ausdruck „Betthupferl“³⁴ spielerisch in „Betthüpferli“ ab und bezeichnet Miller mit dem Kompositum *hollywoodbetthüpferli*. Weiter wird Parris Hilton, die ebenfalls in den Klatschspalten bekannt ist, mit ihrem angeblichen Spitznamen für Miller zitiert: *sludienna*.³⁵ Es handelt sich hier wieder um ein Kompositum und wie bei dem oben beschriebenen *superstarmorphing* ist es ebenfalls durch Zusammenrücken der zwei Glieder entstanden. Karolin bewertet somit das Verhalten von Sienna Miller negativ, indem sie Aussagen anderer wiedergibt, wobei sie den Spitznamen, der eine Beschimpfung ist, durch das *deftig* als hartes Urteil markiert. Im weiteren Verlauf der Moderation wird Miller dann als *heartbreakmento*>r<³⁶ beschrieben, also als Vorbild für Herzensbrecherinnen. Der Bezug fällt auf, besonders da kurz zuvor in der Moderation eine negative Bewertung wiedergegeben wird und die Bezeichnung „Mentor“ ganz im Gegensatz dazu steht. Eine Herzensbrecherin als Mentorin, also als Vorbild für andere und damit als etwas Positives darzustellen, ist unkonventionell, und in dieser Verbindung zeigt sich erneut die Lust am Spiel und Experimentieren mit der Sprache. Auch wird ein spielerischer Perspektivenwechsel dadurch angedeutet: Ein an sich negativ bewertetes Verhalten wird positiv hervorgehoben. Im weiteren Verlauf wird auch Millers neueste Bekanntschaft durch zwei Substantivkomposita beschrieben:

³⁴ Bei der Komposition verwendet sie das bei Personenbezeichnungen und sozialen Typisierungen jugendsprachlich produktive Formativ *-i* (Androutsopoulos 1998, S. 433). Auch die semantische Bedeutung wird verändert. Aus der Süßigkeit auf dem Bett wird eine Süßigkeit fürs Bett, also jemand, der für seine Bettgeschichten bekannt ist.

³⁵ Das Erstglied ist das englische Substantiv und Schimpfwort *slut* („Hure“) und das Zweitglied ihr Name Sienna.

³⁶ Der Laut /r/ ist sehr undeutlich und sehr leise artikuliert.

*möchtegernmusiker*³⁷ und *calvinkleinposterboy*. Es zeigt sich insgesamt, dass die für das Spiel mit der Sprache wichtigen aus Komposita bestehenden Neologismen häufig zur Beschreibung von Personen verwendet werden. Sie dienen als eine Art soziale Typisierung für den Zuschauer.

4.3.2.2 Soziale Typisierung und Bewertung

Es wurde gezeigt, dass die Komposita für das Spiel mit der Sprache von großer Bedeutung sind. Bei näherer Betrachtung offenbart sich ihre Funktion: Sie sind eine soziale Typisierung, ihre Leistung ist es, Personen zu beschreiben und sie für die Zuschauer in Zusammenhänge zu stellen. Sie sind also eine Hilfe für den Zuschauer, um die thematisierten Personen einzuordnen und mit ihrem bisherigen Wissen in Verbindung zu bringen.³⁸ In den Moderationen geschieht diese Typisierung häufig über die Kategorien Beruf und Verhalten, so auch bei *möchtegernmusiker*, *calvinkleinposterboy* und *hollywoodbetthüpferli* aus Analysebeispiel 4. Jamie Burke wird als wenig erfolgreicher Musiker beschrieben, dessen Hauptberuf Modell bei der Firma Calvin Klein ist. Sienna Miller wird durch das Kompositum als Schauspielerin beschrieben, die für ihre Bettgeschichten bekannt ist. Es zeigt sich auch, dass die Komposita über die Funktion der Typisierung hinaus meist einen bewertenden Charakter haben, der mit einer Distanzierung einhergeht, unter anderem zu sehen an eben dem Kompositum *hollywoodbetthüpferli*. Karolin grenzt sich damit durch Variation und konnotative Verschiebung von Sienna Millers Verhalten ab.³⁹ Durch die Variation des Betthupferls entsteht Ironie, und diese ist folglich in den *MTV News* ein Mittel zur Abgrenzung.

Auch in der restlichen Moderation des Analysebeispiels 4 grenzt sich Karolin von Siennas Verhalten ab. Die Moderatorin prophezeit dem Paar keine große Zukunft und so sagt sie spöttisch:

Ka: mal kuckn wer diesmal die krokodilstränn | medienwirksam
K: | LEICHT

Ka: kullern | lässt↓
K: SPÖTTISCH|

³⁷ Androutsopoulos bezeichnet in seinen Untersuchungen „möchtegern“ als jugendsprachlich typisches reihenbildendes Erstglied (Androutsopoulos 1998, S. 146, 80).

³⁸ Mit Hilfe von Typisierungen Andere einzuschätzen und in die Alltagswelt einzuordnen ist ein typisches Vorgehen in der Kommunikation, denn unsere „Orientierung in der Alltagswelt ist prinzipiell generalisierend und typisierend“ (Keim/Schmitt 1993, S. 143).

³⁹ In sprachwissenschaftlichen Untersuchungen wurde gezeigt, dass Variation komisches Potenzial aufweisen kann und zur ironischen Distanzierung führt (Schlobinski/Kohl/Ludewigt 1993, S. 48ff.; Gelke/Neuffer 1998, S. 110ff.).

Die metaphorische Kollokation „Krokodilstränen weinen“⁴⁰ wurde variiert und durch den Medienaspekt ergänzt. Karolin zeigt damit und durch ihren spöttischen Ton, dass sie die zwei Prominenten und ihren Wunsch nach medialer Aufmerksamkeit durchschaut und bewertet ihr Verhalten damit als lächerlich. Das erscheint vielleicht zunächst überraschend, denn als Medium ermöglicht gerade auch MTV die mediale Aufmerksamkeit. Hier zeigt sich jedoch wieder die Rolle des Senders als symbolischer Gegner von Kommerz. Auch bei der Bezeichnung für Burke als *möchtegernmusiker* handelt es sich durch das Erstglied um ein bewertendes Kompositum. Es wird auf eine ironische Art über das Paar Miller-Burke berichtet, die deutlich macht, dass die Personen und ihr Verhalten nicht ernst genommen werden. Damit werden indirekt auch andere mediale Infotainmentformate kritisiert, die den „Medienzirkus“ mitmachen. Es wird deutlich: Durch Bewertung kommt es zu Distanzierung und Abgrenzung.

Ein weiteres verwendetes Mittel zur Distanzierung ist die ironische Übertreibung in den *MTV News*, so zu sehen in Analysebeispiel 3. Markus Kavka verwendet in Analysebeispiel 3 wieder einen Neologismus, welcher aus einem Kompositum besteht, um den Sänger James Blunt zu typisieren und zu bewerten. Die Bezeichnung des Sängers als *liebblingsschmusebarde* ist hyperbolisch. Das Erstglied ist das Substantiv *Liebling*, das im Allgemeinen ausdrückt, dass jemand oder etwas Vorzug erfährt und in höchster Gunst steht, als Zweitglied wird der Verbstamm von *schmuse* und als Drittglied das stilistisch altertümlich anmutende Substantiv *Barde*⁴¹ verwendet. Mit *Barde* wird auf einen weniger gebräuchlichen Wortschatz zurückgegriffen. Der Wortschatz ist durch lexikalische Redundanz charakterisiert, das heißt, uns stehen in der Kommunikation viele bedeutungsähnliche oder funktional äquivalente Alternativen zur Verfügung (Androutsopoulos 1998, S. 366). Ein mögliches Unterscheidungskriterium der Alternativen ist die Häufigkeit ihrer Verwendung. Gebräuchlich wäre im Fall des *liebblingsschmusebarden* die Verwendung von *Sänger*. In den *MTV News Mag* wird öfters auf einen weniger geläufigen Wortschatz zurückgegriffen.⁴² Dies trägt zum jugendlichen, kreativen und frechen Ton bei. Auch mar-

⁴⁰ Umgangssprachlich markiertes Substantivkomposita, das eine Rührung oder Mitgefühl heuchelnde Träne bedeutet. Die Herkunft wird in der Legende vermutet, dass Krokodile wie Kinder weinen um ihre Opfer anzulocken (Duden 1999).

⁴¹ Laut Duden ursprünglich die Bezeichnung für einen altkeltischen Sänger und Dichter von Heldenliedern (Duden 1999).

⁴² So auch in Analysebeispiel 1, als Markus Kavka von der Ähnlichkeit der zwei Sängerinnen Shakira und Beyoncé spricht. Er vergleicht ihre Körper und spricht metaphorisch von „Hupen“ und „Kiste“. Es handelt es sich um umgangssprachliche und saloppe Ausdrücke für „Busen“ und „Gesäß“.

kiert die Verwendung von weniger gebräuchlichen Ausdrücken die Moderationen als unkonventionell und es wird dadurch gezeigt, dass sich MTV und das *MTV News Mag* von anderen Medien unterscheiden. Dadurch, dass die Bezeichnung für James Blunt als „Barde“ altertümlich markiert ist, wird sie im Kontext der *MTV News* und dem Kontrast zur restlichen Moderation besonders und ironisch hervorgehoben. Der ironische Gehalt der Äußerung entsteht hier durch den Kontrast aus gewähltem Ausdruck und Aussage (Lausberg 1960, S. 302). Es handelt sich bei der Äußerung *unser liebblingsschmusebarde auf he"lium* also wieder um eine soziale Typisierung und Bewertung. Darüber hinaus dient die Äußerung zur Belustigung. James Blunt erhält das Etikett „Schnulzensänger“ und seine Musik wird negativ beurteilt, dies wird an der Stimme festgemacht. Der Bezug auf das Helium macht deutlich, dass seine Stimme als zu hoch und zu schrill empfunden wird. Die Verwendung von *unser* soll dabei deutlich machen, dass der Moderator mit seiner Meinung nicht alleine dasteht, sondern diese mit seinen Zuschauern teilt. Es ist eine Art Identifikationsangebot, *unser* hat etwas Verbündendes und kann im Kontext der Strategie der kommunikativen Nähe gesehen werden. Der Moderator geht davon aus, dass die Zuschauer ähnlich über Blunt denken und versucht so, Gemeinsamkeit und Nähe zu ihnen zu schaffen. Darüber hinaus ist die Aussage auch mit dem Hintergrundwissen zu bewerten, dass James Blunt äußerst erfolgreich ist. Indem sich Markus Kavka von ihm distanziert, signalisiert er, dass MTV sich vom Mainstream absetzt und nicht kommerziell sein will.⁴³

Auch in der weiteren Moderation wird mit Übertreibung und Ironie gearbeitet. Markus Kavka stellt den Sänger als sehr materialistisch dar, indem er erklärt, dass James Blunt Steuern sparen will, um noch viel mehr *zaster*⁴⁴ auf dem *konto* zu haben. Dann typisiert er den Nachbarn von James Blunt, den Sänger Phil Collins, als *ritter der enterbten*↓. Diese Bezeichnung beinhaltet das Bild eines ritterlichen Helden, einer Art Robin Hood, der sich für die Armen einsetzt.⁴⁵ Die Bezeichnung steht im Gegensatz zu den vorherigen Aussagen über die exquise Nachbarschaft, in die James Blunt gezogen ist. Durch diesen Kontext wird deutlich, dass der Moderator ein ganz anderes Bild von Phil Collins hat und er Gegenteiliges ausdrücken will. Der ironische Gehalt der Aussage

⁴³ Wobei diese Meinung auch als sehr mehrheitstauglich einzuschätzen ist, da in Umfragen James Blunt zum „Nervtöter“ gewählt wurde und daher auch hier die Opposition zum Kommerz eher symbolisch gesehen werden sollte (laut 2006).

⁴⁴ Das Substantiv *Zaster* ist wiederum ein Ausdruck, der als nicht so geläufig charakterisiert werden kann und salopp markiert ist (Duden 1999).

⁴⁵ Diese Metapher kann als allgemeines Medienwissen eingeschätzt und als den Zuschauern bekannt vorausgesetzt werden.

entsteht hier also wieder durch den Kontrast aus gewähltem überzeichnetem Ausdruck und Inhalt. Die Analyse der Beispiele zeigt also, dass zur sozialen Typisierung meist Komposita verwendet werden, die typisch für das Spiel mit der Sprache in den Moderationen sind. Diese haben darüber hinaus häufig einen bewertenden Charakter,⁴⁶ durch diesen kommt es zur Distanzierung und Abgrenzung über die Mittel der Ironie, des Spotts und der Übertreibung.

Sich durch negative Bewertung zu distanzieren ist ein typisches Vorgehen bei Abgrenzungsprozessen und steht im Zusammenhang mit der Selbstdarstellung, denn hier „geht es darum, sich selbst auf Kosten Anderer als positiv und überlegen darzustellen“ (Spreckels 2006, S. 162). Indem der Moderator sich also von einem bestimmten Verhalten distanziert, präsentiert er sich selbst als überlegen. Wichtig ist jedoch, festzustellen, dass hier Abgrenzung nicht gegenüber dem direkten Umfeld des Moderators oder dem seiner Zuschauer stattfindet, sondern eher gegenüber Personen aus der Klatschpresse oder indirekt gegenüber anderen medialen Formaten oder dem Kommerz. Somit handelt es sich um Personen, die als allgemein bekannt eingeschätzt werden können. Auch wird davon ausgegangen, dass die Themen den Zuschauer interessieren und sie im Bezug auf das Verhalten der Prominenten ähnlich denken. Das heißt, dass auch über die Vermittlung von *Gossip* Gemeinsamkeit und Nähe geschaffen werden. Der Zuschauer soll sich so mit der Sendung, den Moderatoren und ihrer ironisch distanzierten Haltung identifizieren. Neben der Distanzierung zur Selbstdarstellung und Schaffung von Nähe dienen die Bewertungen auch der Unterhaltung, da sie oft auch eine Belustigung über jemand oder etwas darstellen. Somit erhöhen sie den Unterhaltungswert der Sendung. Die hier festgestellten Funktionen der Unterhaltung und der Distanzierung über die Bewertung lassen sich auch anhand wissenschaftlicher Untersuchungen bestätigen. Ironie ist dabei, wie schon beschrieben, ein zentrales Mittel der Bewertung.⁴⁷ Auch wurde in der Stilforschung ein Zusammenhang von Abgrenzung und Unterhaltung nachgewiesen.⁴⁸ Beleuchtet man nun das

⁴⁶ Laut Androutsopoulos ist der bewertende Charakter bei Substantivkomposita jugendsprachlich typisch (Androutsopoulos 1998, S. 146).

⁴⁷ Empirische Ergebnisse belegen, dass bei ironischen Äußerungen in einem von Norbert Groeben erarbeiteten Dimensionssystem die Dimension der Präskription, also „Bewertung von Objekten, Personen, Normen und Zielen“, die wichtigste ist und auf dieser Dimension Ironie auch am häufigsten realisiert wird (Groeben 1986, S. 175f.).

⁴⁸ Groeben zeigt, dass es sich bei Ironie, trotz eines damit verbundenen Konfliktpotenzials, um einen spielerischen und unterhaltenden Kommunikationstyp handelt (Groeben 1986, S. 191). Miloš Chovan beschreibt, dass bei sozialem Abgrenzungsverhalten Jugendlicher die Unterhaltung grundsätzlich sehr wichtig ist und zur Abgrenzung deshalb meist ein

Verhältnis von Unterhaltung und Distanzierung im *MTV News Mag* näher, so zeigt sich, dass die Funktion der Unterhaltung anlässlich des medialen Formats und der inhaltlichen Gestaltung als wichtiger eingeschätzt werden kann. Aus Stilanalysen ist bekannt, dass sich die sozial-distinktiven Handlungen meist auf ihr direktes Umfeld beziehen (Chovan 2006, S. 145). Dies ist hier aufgrund des medialen Formats nicht der Fall, was schlussfolgern lässt, dass die Abgrenzung zweitrangig ist. Darüber hinaus ist auch die inhaltliche Gestaltung der Sendung von Relevanz: Die hier analysierten Moderationen über James Blunt und Sienna Miller können inhaltlich beide dem Bereich des *Gossips* zugeordnet werden, und somit ist hier das Bestreben nach möglichst großem Unterhaltungswert besonders deutlich. Folglich hängen die Funktionen der Komposita auch mit der inhaltlichen Gestaltung der Sendung zusammen. Nachdem die Komposita als bedeutendstes spielerisches Element analysiert wurden, soll nun das Tempo der Sendung als Teil des jugendlichen Tons beleuchtet werden.

4.3.2.3 Tempo

Die meisten Moderationen sind recht kurz, wie auch schon Tabelle 1 mit dem exemplarischen Aufbau einer Sendung zeigte. Auch die Sprechgeschwindigkeit lässt keine Längen aufkommen. Ein mögliches Maß, um Sprechgeschwindigkeit zu messen, ist die durchschnittliche Anzahl an Wörtern pro Sekunde. Die Normalgeschwindigkeit in natürlichen Gesprächen liegt bei 2,5 Wörtern pro Sekunde (Schwitalla 2006, S. 27). Eine solche Berechnung ist, dessen bin ich mir bewusst, sehr verallgemeinernd und kann vieles nicht erfassen, wie zum Beispiel die Anzahl oder Längen der Pausen. Dazu kommt, dass sich die hier verwendete Durchschnittszahl eigentlich auf natürliche Gespräche bezieht und nicht auf Moderationen. Trotzdem will ich an dieser Stelle einen Vergleich der Sprechgeschwindigkeit vornehmen, denn er dient einem ersten Überblick und ist daher trotz der Problematik zu rechtfertigen. In den von mir ausgewählten Beispielen variiert die Sprechgeschwindigkeit von 2,48 bis 3 Wörtern pro Sekunde.⁴⁹ Dies bedeutet, dass sich die Sprechgeschwindigkeit in al-

spaßiger oder spielerischer Interaktionsmodus mit hohem Unterhaltungswert gewählt wird (Chovan 2006, S. 144).

⁴⁹ Die Anmoderation in Analysebeispiel 1 enthält 62 Wörter, das bedeutet im Durchschnitt 2,48 Wörter pro Sekunde und entspricht damit im Großen und Ganzen dem Durchschnittswert von Schwitalla (2006). Analysebeispiel 2 hat mit 99 Wörtern in der Moderation bei einer Länge von 33 Sekunden einen Durchschnitt von 3 und ist damit die schnellste Moderation. Auch Analysebeispiel 3 ist mit 2,76 Wörtern pro Sekunde recht schnell gesprochen, wohingegen Analysebeispiel 4 mit 2,55 Wörtern pro Sekunde wiederum durchschnittlich ist.

len Moderationen im Normalbereich befindet, mit einer leichten Tendenz zum schnelleren Sprechen als normal. Die Moderationen sind folglich vom Tempo her verständlich, wirken aber trotzdem schnell. Diese Wirkung wird auch erzielt durch die schnellen und abrupten Wechsel, wie sie bei der konzeptionellen Mündlichkeit festgestellt wurden, sowie durch die kurzen Moderationen.

Da jedoch, wie schon festgehalten wurde, dieser Vergleich der Sprechgeschwindigkeit vieles nicht erfassen kann, ist es zu empfehlen, die Sprechgeschwindigkeit eher in Relation zum vorher und nachfolgend Gesagten zu sehen. Bei einer tiefergehenden Untersuchung der Analysebeispiele wird schnell deutlich, dass die unterschiedliche Verwendung und Häufigkeit von Pausen sowie das Variieren des Sprechtempos mit der Moderationsorganisation zusammenhängen. Gezielte Tempiwechsel, aber auch Veränderungen in der Lautstärke gliedern das Gesagte. Dies soll es dem Zuschauer erlauben, leichter zu folgen, und die Moderationen interessanter machen. Vor allem Markus Kavka setzt Akzente und betont durch Tempi- und Lautstärkewechsel, so auch zu sehen in den Analysebeispielen 1-3. In Analysebeispiel 1 betont Markus Kavka zum Beispiel *Shakoncé*, indem er im Verhältnis zur restlichen Moderation langsamer spricht. Auch Karolin setzt Tempiwechsel ein, jedoch weniger häufig. In Analysebeispiel 4 betont sie die von ihr verwendete Umschreibung für das Modell Jamie Burke als *calvinkleinposterboy* durch langsames Sprechen. Im Gegensatz dazu sind Einschübe und Ergänzungen in der Moderationsorganisation im Vergleich zu den vorgehenden Äußerungen meist schneller und/oder leiser gesprochen. So auch in Analysebeispiel 2, in dem *hho*"↑ durch die Frage →*wer is denn uschi obermaier werdet ihr fragen*← ergänzt wird oder die „Kommune 1“ durch die Rechtsherausstellung →*hat jeder mit jedn*← erklärt wird. Dieses hier gewonnene Bild der gezielten Tempiwechsel zur Moderationsorganisation deckt sich mit Ergebnissen aus der Gesprächsforschung.⁵⁰

4.3.3 Selbstdarstellung: Der trendversierte und informierte Moderator

Es wurde bisher gezeigt, dass durch die Strategien der kommunikativen Nähe und des jugendlichen Tons Jugendliche als Großgruppe angesprochen werden sollen. Dadurch wird signalisiert, dass das *News Mag* eine Sendung für Jugendliche ist. In den Moderationen kommt es zur Stilisierung dessen, was MTV für jugendtypisch hält. Die Moderatoren als diejenigen, die zu den Jugendlichen sprechen, präsentieren sich damit als Teil von ihnen. Dieses Kapitel beleuchtet nun die Selbstdarstellung und -stilisierung der Moderatoren

⁵⁰ Auch in Gesprächen wird die Relevanz des Gesagten durch das Tempo angezeigt (Schwitala 2006, S. 73).

noch näher. Dabei sind die eben gewonnenen Erkenntnisse über den jugendlichen Ton und über die soziale Typisierung mit ihrem bewertenden Charakter weiter von Bedeutung. Letztere besonders deshalb, da Personen durch den Prozess der Abgrenzung und Distanzierung auch immer etwas über sich selbst und ihre soziale Identität aussagen. In Analysebeispiel 1 wird deutlich, in welcher Rolle sich der Moderator sieht. Markus Kavka stellt sich als den trendversierten Moderator dar: Er weiß, was „in“ und was „out“ ist und er informiert seine Zuschauer darüber:

MK: * |jetz der neue trend|↓ * vergesst brangelina * vergesst tomcat *
 K: |BETONT |

MK: |je"tzt| |shakoncé↓|
 NV: |MACHT HANDBEWEGUNG|
 K: |BETONT |

Dass der Trend hier im Mittelpunkt steht, wird deutlich durch die Betonungen. Er drückt explizit aus, dass es sich hier um den neuen Trend handelt und artikuliert die Zusammenrückung der beiden Namen *Shakoncé* betont. Die Art und Weise, wie er seine Zuschauer informiert, wurde schon im Abschnitt zum jugendlichen Ton analysiert. Die Moderationen sind frech, ironisch, verspielt und kurzweilig zum Beispiel durch seine Sprüche, die kreativen Komposita und den intendierten Versprecher, bei dem er die Kommune 1 als Kolumne 1 bezeichnet, um so ihre Rolle in den Medien zu betonen. Das Auftreten des Moderators ist überzeugend, sicher und lässig. Dies entsteht auch durch die Körperhaltung von Markus Kavka: In seinen Sendungen steht der Moderator und wirkt dabei sehr entspannt und selbstbewusst. Oftmals hält er die Hände locker an der Hüfte oder etwas unterhalb auf Höhe der Hosentaschen, manchmal sind seine Hände auch teilweise in den Hosentaschen. Die Gestik und Mimik ist sehr lebhaft, aber keinesfalls wirkt sie überdreht oder nervös. Es wird das Bild vermittelt, dass er sich auskennt und „seine“ Stars und ihre Handlungen durchschaut. Der Moderator stellt sich somit in den *MTV News* als **die** Informationsinstanz dar, die Bescheid weiß und die neuesten Nachrichten kennt, sich und seine Sendung aber gleichzeitig nicht zu ernst nimmt und sich unkonventionell gibt. Das zeigt, dass er nicht den anderen Infotainmentformaten oder dem Kommerz angehören will.

In seiner Rolle als trendversierter und informierter Moderator ist er sehr selbstbewusst und bewertend. Das wird unter anderem deutlich in Analysebeispiel 3, als er über Blunts Umzug und seine Motive spricht. Markus Kavka lässt in seiner Argumentation kein anderes Umzugsmotiv zu, als die Absicht, Steuern zu sparen. Der Moderator zeigt dies durch seine Aufzählung der Städte New

York, Los Angeles, Paris, die unter die Kategorie ‘interessante Großstädte’ fallen, und damit als Vergleichsgrößen zur Schweiz herangezogen werden. Damit will Markus Kavka deutlich machen, dass es nur den Grund der Steuerersparnis für den Umzug geben kann, ansonsten würde die Schweiz in seiner Schlussfolgerung – ohne dass er es explizit sagt – im Vergleich immer verlieren. Dieses wird, so wie es Markus Kavka darlegt, als eindeutig und ohne Zweifel dargestellt:

MK: warum zieht er da hin↑ ganz klar * weil da die steu"ern

MK: nich so hoch sind↓ * da: hat er noch viel mehr zaster auf dem konto

MK: als zu hause in en"gland

Alternative Möglichkeiten lässt er in seiner Argumentation nicht zu und damit auch keinen Platz für Fragen oder Zweifel.

Es wurde gezeigt, dass die sozialen Typisierungen oft einen bewertenden Charakter haben. Indem der Moderator sich über die Stars lustig macht beziehungsweise sich von ihrem Verhalten distanziert, unterstreicht er gleichzeitig seine Überlegenheit. In seiner sicheren und selbstbewussten Art gibt er sich dabei lässig und nicht allzu ernst, was auch im Zusammenhang mit dem Bestreben zu unterhalten steht: Würde Markus Kavka in einem ernsten Modus moderieren, würde dies mit dem Ziel nicht übereinstimmen und er nicht glaubwürdig wirken. Diese lockere Art zeigt sich nicht nur in den frechen Elementen des jugendlichen Tons und an seiner Körperhaltung, Mimik und Gestik, sondern auch in seiner Kleidung. Er trägt wie viele Jugendliche oft Jeans, T-Shirt oder Kapuzenpullis und Turnschuhe. Dabei sind, wie es bei männlichen Jugendlichen modisch ist, die Hosen meistens breiter geschnitten, was für die lässige Note wichtig ist. Am linken Arm trägt er eine Uhr und am rechten ein schwarzes ledernes Armband, wie es teilweise in der Rock- oder Punkszene getragen wird. Damit zeigt er sein Interesse für Musik, ohne dabei jedoch das Bild eines Rockers oder Punks abzugeben. Insgesamt ist seine Kleidung nicht besonders auffallend, aber deutlich den modischen Trends angepasst, ohne dabei langweilig zu sein.

Bis jetzt haben wir in diesem Kapitel nur die Rolle von Markus Kavka und seine Selbstdarstellung und -stilisierung analysiert. Es stellt sich hier die Frage, ob sich die gewonnen Erkenntnisse auf Karolin übertragen lassen. Analysebeispiel 4 zeigt, dass die Ergebnisse, genauso wie bei der kommunikativen Nähe und dem jugendlichen Ton, ebenso auf Karolin zutreffen. Auch Karolin erfüllt die Rolle der trendversierten und informierten Moderatorin. Dies wird unter anderem deutlich, als sie über das Paar Miller-Burke spricht. Sie zeigt,

wie oben schon beschrieben, dass sie den Wunsch nach Medienaufmerksamkeit der zwei Hollywoodstars durchschaut. In ihrem Moderationsstil sind jedoch kleine Unterschiede zu bemerken: Ihre Gestik ist unruhiger als die von Markus Kavka, der Erfahrungsvorsprung ihres Kollegen wird hier besonders deutlich. Auch sind nicht so viele Tempi- und Lautstärkenwechsel festzustellen. Ihre Kleidung ist zudem auffälliger und modisch trendversierter. So trägt sie in Analysebeispiel 4 die modisch sehr angesagten engen Jeans mit schwarzen langen Stiefeln über der Hose. Dazu ein schwarzes T-Shirt mit Glitzer-Totenkopf. Auf beide Moderatoren trifft folglich zu, dass sie sich als freche, kreative, trendversierte und unterhaltende Informationsinstanz präsentieren. Diese Rolle ist so ausgefüllt, dass sie dem Bild von Jugendlichkeit, das MTV hat, entspricht. Darüber hinaus gibt es kleine Unterschiede in der Art des Moderierens. Diese Unterschiede bewirken, dass bei Kavka eine gewisse Lässigkeit stärker betont wird.

Zum Vergleich mit der hier herausgearbeiteten Selbstdarstellung und -stilisierung wird eine eigene Beschreibung der Sendung von der MTV-Internetseite herangezogen. Es soll verglichen werden, inwieweit sich die jeweiligen Bilder decken.

Markus Kavka präsentiert als Nachrichten-Anchorman ohne Schlips und Kragen das „MTV News Mag“ und versorgt alle News- und Gossip-Junkies täglich mit topaktuellen Informationen und umfassenden Hintergrundberichten aus den Themenbereichen Musik, Entertainment, Kino und Lifestyle. (MTV 2007)

Die Rolle von Markus Kavka für die Sendung kommt auch hier zum Ausdruck, er wird als Nachrichtenanchorman beschrieben (siehe Kapitel 3.2). Hier findet sich der trendversierte Moderator wieder, der seinen Zuschauer mit den neuesten Infos versorgt. Der Bezug auf die Kleidung, mit dem Verzicht auf Schlips und Kragen, macht einerseits deutlich, dass dies hier auf lockere Art und Weise geschieht. Hier wird sich von anderen Sendungen, die mit diesem Kleidungsstil in Verbindung gebracht werden, wie konventionelle Nachrichtensendungen, abgegrenzt und so, ohne es ausdrücklich zu nennen, der eigene jugendliche Ton mit seinen kreativen und frechen Merkmalen durch die fehlende strenge Kleiderordnung angedeutet. Andererseits wird dadurch auch die starke Bedeutung offensichtlich, die MTV Kleidung in der Stilbildung zuspricht. Diese Art von Selbstbeschreibung geschieht durch Negation von Anderem.⁵¹ Insgesamt stimmt vieles in der hier vorgenommenen Analyse mit der

⁵¹ Eine bei Jugendlichen typische Selbstdarstellung, da „eine konkrete Benennung des Selbst oftmals eine Einschränkung der Handlungsspielräume bedeutet [...] definieren [sie] sich stattdessen bevorzugt über die Abgrenzung von ‘den Anderen’“ (Spreckels 2006, S. 154).

kurzen Selbstbeschreibung auf der Internetseite überein. Auffallend an der Beschreibung von MTV ist jedoch, dass die Jugendlichen als Zielgruppe direkt nicht angesprochen werden, sondern nur auf „News- und Gossip-Junkies“ abgezielt wird.

4.3.4 Kurze Zusammenfassung

Es wurde in diesem Kapitel der mediale Stil im Sinne eines Zusammenhangs zwischen der Sendung und der jugendlichen Zielgruppe untersucht. Es wurde gezeigt, welche sprachlichen Strategien die *MTV News* verwenden, um ihre Zuschauer anzusprechen. Zum einen wird versucht, möglichst viel kommunikative Nähe über die Mittel der Annäherung an eine Gesprächsinszenierung sowie der konzeptionellen Mündlichkeit zu erzeugen. Die Beziehung zwischen Moderator und Zuschauer wird dadurch als nah und informell markiert. Zum anderen werden Merkmale, die die MTV-Redaktion als jugendspezifisch ansieht, verwendet und betont, so dass es zur Stilisierung kommt. Dies zeigt sich speziell im frechen und kreativen jugendlichen Ton, der durch das Spiel mit der Sprache und durch das schnelle Tempo, aber auch durch die Mittel der sozialen Typisierung mit ihren ironischen, hyperbolischen und frechen Elementen entsteht. Für das Spiel mit der Sprache erweisen sich in meinem Korpus die Neologismen, die durch Komposita gebildet werden, als besonders produktives Wortbildungsmuster, und hier insbesondere die Substantivkomposita. In den Moderationen kommen sie häufig und komplex vor, oft haben sie mehr als zwei Glieder. Darüber hinaus zeichnen sie sich durch ein hohes Maß an Kreativität und durch ihren innovativen Charakter aus. Das Spiel mit der Sprache geschieht auch durch Bedeutungsveränderungen und -erweiterungen: Allgemein Bekanntes wird dabei nach dem Prinzip der Bricolage aufgegriffen und verändert. Der innovative Charakter der Komposita beruht darüber hinaus auf ihrer Einmaligkeit: Viele sind, sowohl in Kombination als auch als einzelne Konstituenten, nur einmal in meinem Korpus belegt. Gewissheit würde hier eine zeitlich noch länger angelegte Beobachtung bringen. Des Weiteren gehört zum Sprachspiel die Verwendung eines weniger gebräuchlichen Wortschatzes. Zur Funktion der Komposita lässt sich sagen, dass sie oft der oben genannten sozialen Typisierung mit bewertendem Gehalt dienen, durch sie kommt es zur Unterhaltung und Distanzierung. Ergänzt werden diese Strategien durch die weitere Selbstdarstellung der Moderatoren als unterhaltsame und trendversierte Informationsinstanz mit Durchblick. Auch hier präsentieren sich die Moderatoren durch ihre selbstbewusste und lässige Art so, dass sie entsprechend ihrem Bild von Jugendlichkeit gezielt Jugendliche ansprechen.

4.4 Eine weitere Spielfacetten: Das Spiel mit verschiedenen Stilen und Rollen

Es wurde im vorherigen Kapitel gezeigt, dass Kreativität und das Spiel mit der Sprache wesentliche Stilmerkmale des *MTV News Mag* sind. Dieses Kapitel wendet sich nun einem weiteren Aspekt des Spielerischen zu, der über das in Abschnitt 4.2 Beschriebene hinausgeht: Einem Spiel mit verschiedenen Stilen und Rollen. Dazu werden andere, für diese Analyse besonders geeignete Moderationstranskripte verwendet. Die beiden Beispiele haben gemeinsam, dass der in der Stilanalyse herausgearbeitete mediale Stil der Sendung scheinbar in den Hintergrund tritt und Markus Kavka einen Stilwechsel vollzieht. Bei diesen Beispielen handelt es sich um typisierte Stile, sie sind Teil des Alltagswissens.⁵² Somit können die Zuschauer des *News Mag* die Stile erkennen und den sozialen Rollen zuordnen.

4.4.1 Analysebeispiel 5: Der Märchenerzähler

Begrüßung, 26. Januar 2007, 20.00 Uhr, Dauer: 11 s

MK: ja gu"t n=abend allerseits beim MTV News Mag ←und |damit liebe
K: |im
MK: kinder * herzlich willkommen zur märchenstunde↓ | * ja: unsere
K: Märchenerzählton |
MK: geschichten sie klingen alle wie märchen * |aber sie sind alle
NV: |ZIEHT AUGENBRAUEN
MK: wa:hr↑→| * hier sind die themn↓
NV: HOCH |

Bei diesem Beispiel handelt es sich um eine Begrüßungsmoderation. Sie ist durch eine Art Märchenerzählstil geprägt. Es ist der typisierte Stil eines Erzählers, der Geschichten und Märchen für Kinder erzählt. Dieses Aufgreifen eines anderen Stils geht folglich mit einem Rollenwechsel einher, wobei diese Rollen stereotyp besetzt sind. Das heißt, auch bei den sozialen Rollen wird, wie bei den typisierten Stilen, auf ein gewisses allgemein bekanntes und verbreitetes Kategoriensystem zurückgegriffen, dessen Kategorien für die Zuschauer verständlich und einzuordnen sind. In dieser Moderation kann die aufgegriffene Rolle zur sozialen Kategorie eines Erzählers zugeordnet werden. Markus Kavka wechselt den Stil nach der typischen Begrüßung in den *MTV News Mag* (siehe Kapitel 5.2.2). Er unterstreicht den Wechsel zum Märchenerzählstil prosodisch, seine Stimme wirkt betont vertrauensvoll, behutsam und warm.

⁵² Untersuchungen haben gezeigt, dass solche typisierten Stile von Interaktanten benannt und sozialen Gruppen zugeordnet werden können (Selting/Hinnenkamp 1989, S. 7).

Dazu spricht er im Unterschied zum Kontext die entsprechende Passage passend zum Märchenerzählstil langsamer. Der Moderator spricht seine Zuschauer mit *liebe kinder* an, heißt sie zur *märchenstunde* willkommen und spricht von unseren *geschichten*. Diese Adressierung fällt deutlich auf, da Kinder nicht die eigentliche Zielgruppe der *MTV News* sind. Typischerweise geht es im *MTV News Mag* auch nicht um Geschichten und Märchen, sondern um die Themen Musik und *Gossip*. Durch den Hinweis auf die Märchenstunde kennzeichnet der Moderator selbst den von ihm gewählten Stil als Märchenstil. Dieser hier verwendete Stil könnte so in dieser Form gut in medialen Ereignissen für Kinder verwendet werden, hier fällt er jedoch auf, da er sich von dem sonst typischen medialen Stil der Sendung unterscheidet.

Warum er diesen Stil verwendet, deutet der Moderator auch an: Die Themen der Sendung klingen alle wie Märchen. Das heißt, es sind keine Märchen, aber sie wirken so. Durch seine Versicherung, die Geschichten seien jedoch alle wahr, stellt er das Bild des Märchens und damit auch den von ihm verwendeten Stil selbst in Frage. Märchen weisen das Kriterium der Fiktionalität auf, und damit schließen sich Märchen und der Anspruch auf Wahrheit eigentlich aus. Aber auch hier kommt das Spiel wieder zum Vorschein. Markus Kavka betont „wahr“ und spricht es gleichzeitig höher, dazu zieht er die Augenbrauen hoch. Dadurch wird die Aussage widersprüchlich. Mit Mimik und durch die Intonation stellt er den von ihm aufgestellten Wahrheitsanspruch selbst wieder in Frage. Der Zuschauer darf rätseln: Ist es nun wahr oder doch alles Fiktion? Danach leitet er mit *hier sind die themn*↓ zum Überblick über. Hier vollzieht der Moderator wieder einen Stilwechsel, er moderiert die Überleitung neutral und lässt damit den Märchenerzählstil definitiv fallen. Dieser Rückgriff auf den Märchenerzählstil kann durchaus selbstkritisch und selbstironisch gesehen werden. Zu einem greift er einen verbreiteten Vorwurf auf, dass es sich bei den Inhalten des Infotainment um keine ernsthafte Berichterstattung handle und die Beiträge alle „zusammenphantasiert“ würden, also fiktional wie Märchen seien. Seine widersprüchliche Aussage signalisiert, dass der Vorwurf teilweise wohl doch seine Berechtigung hat und kann so als selbstkritische Äußerung verstanden werden. Zum anderen ist dieser Rückgriff auf den Märchenerzählstil auch durchaus selbstironisch. Es zeigt, indem der Moderator sich selbst zum „Märchenonkel“ macht, dass er sich und seine Sendung nicht zu ernst nimmt. Dadurch wird erneut der Unterhaltungsanspruch der Sendung deutlich. Dieses Spiel mit bekannten Vorwürfen, mit seinen gegensätzlichen Aussagen und auch mit seiner eigenen Rolle als Moderator stimmt mit dem sonstigen Stil der Sendung überein. Wenn dieser also kurzzeitig in den Hintergrund tritt und auf den Märchenerzählstil zurückge-

griffen wird, wird er nicht verdrängt, sondern der kreative, freche und lockere Ton durch den Stilwechsel nochmals betont. Das kreative Moment der Sendung wird wieder einmal deutlich: Es kommt zum Spiel mit Stilen und Rollen. Auch im nächsten Beispiel zeigt sich dies.

4.4.2 Analysebeispiel 6: Der Prediger

Abmoderation und Anmoderation des Beitrags zu Weltfrieden und Erleuchtung, 8. Februar 2007, 20.00 Uhr, Dauer: 12 s

MK: ziemlich praktisch eigentlich * |←allerdings in diesen zeiten * in
K: |ERNST UND

MK: diesen ka"lten zeiten| * |>da menschn immer weniger miteinander
K: ANDÄCHTIG| | MIT GEDÄMPFTER STIMME, ERNST UND

MK: redn<| * ist es doch je"tzt * hö"chste zeit * für unseren
K: ANDÄCHTIG|

MK: beitrags * zu weltfrieden |←und
K: |MIT GEDÄMPFTER STIMME, LEICHT

MK: erleuchtung→|
K: GEHAUCHT |

Das Beispiel ist eine Anmoderation der Donnerstag-Rubrik „Beitrag zu Weltfrieden und Erleuchtung“. Hier wird erst der vorherige Beitrag über eine Trennungsgesellschaft abmoderiert, um dann zur Anmoderation des nächsten Beitrags überzuleiten. Mit *ziemlich praktisch eigentlich* kommentiert Markus Kavka den vorherigen Beitrag über eine Trennungsgesellschaft, erst danach vollzieht er den Stilwechsel. Er kündigt den „Beitrag zu Weltfrieden und Erleuchtung“ an und verwendet einen Stil, der eine Art typisierter Andachtsstil und mit der sozialen Rolle eines Predigers verbunden ist. Besonders inhaltlich und prosodisch zeigt sich der Wechsel. Im Gegensatz zu den sonst meist unterhaltenden Themen der Sendung reißt Kavka hier ein betont ernstes Thema an. Er beschreibt die Zeit, in der wir leben, als kalt und gibt seiner Aussage durch die Wiederholung und Spezifizierung Nachdruck. Prosodisch ist der Stil durch eine ernste, andächtige und teilweise gedämpfte Stimme markiert. Auch hier wird wieder mit Lautstärke und Tempo gearbeitet. Die „andächtigen“ Moderationsabschnitte spricht Markus Kavka langsamer und die weitere Erklärung der heutigen Zeiten *da menschn immer weniger miteinander redn* leiser. Auch hier passt dieses Variieren mit Tempo und Lautstärke zum Andachtsstil, betont gleichzeitig aber auch noch einmal besonders, dass es sich hier um einen anderen als den sonst üblichen Stil handelt.

Zusammenfassend bedeutet dies, dass es in beiden Beispielen für das Spiel mit Stilen zu einem Stilwechsel kommt, bei dem die in der vorherigen Analyse beschriebenen typischen Merkmale scheinbar in den Hintergrund treten. Dies geschieht jedoch nur scheinbar, denn die aufgegriffenen Stile werden so variiert und verändert, dass Ironie entsteht und sie Teil des eigenen Stils der Sendung werden und zur Unterhaltung dienen. Gleichzeitig offenbart sich hier, wie gezeigt wurde, auch eine medienkritische Haltung. Die anderen Stile werden nicht einfach übernommen, sondern es wird mit ihnen gespielt, dadurch wiederum Kreativität gezeigt und so ein eigentlich fremder Stil spielerisch in den eigenen Stil eingefügt. In diesem hier beschriebenen Spiel mit anderen Stilen und Rollen lässt sich somit das Prinzip der Bricolage feststellen.

4.5 Ergebnis

In der Stilanalyse wurden die Merkmale der kommunikativen Nähe durch die Annäherung an eine Gesprächsinszenierung und die konzeptionelle Mündlichkeit sowie die Merkmale des jugendlichen Tons mit seinem frechen und kreativen Charakter als wichtig herausgearbeitet. Besonders die Rolle des kreativen und spielerischen Elements für den Stil und seine Bildung ist zu betonen. Wenn denn eine Wertung vorgenommen werden soll, dann ist dieses Merkmal aufgrund seiner häufigen Verwendung als das wohl wichtigste für den jugendlichen Ton einzuschätzen. Das in Kapitel 2 beschriebene Prinzip der Bricolage lässt sich gut auf das in der Analyse herausgearbeitete Spiel mit Sprache und Stilen übertragen. So wird, wie gezeigt, bei *MTV News* auf andere kulturelle Bereiche zurückgegriffen und deren Bedeutung verändert. Diese Bricolage findet vor allem bei den vielen Komposita sowie beim Aufgreifen und Spielen mit anderen Stilen statt. Hierbei handelt es sich jedoch um eine sehr allgemein gehaltene Bricolage, das heißt, das Spiel mit der Sprache wird so gestaltet, dass es allgemein verständlich ist. Ein Blick auf die Rahmenbedingungen erklärt, warum. In Stilanalysen wurde gezeigt, dass für eine möglichst gelungene Bricolage und für die Entfaltung der Kreativität drei Rahmenbedingungen erfüllt sein müssen: Erstens soll die kommunikative Situation, in der sie stattfindet, relativ strukturfrei, zweitens durch eine ausgelassen-entspannte Stimmung geprägt, außerdem sollen drittens die Kommunikationspartner möglichst vertraut miteinander sein (Schlobinski/Kohl/Ludewigt 1993, S. 112). Die zweite Rahmenbedingung ist zumindest zu einem gewissen Teil erfüllt: Die Stimmung im Studio wirkt ausgelassen und entspannt; eine ernste oder angespannte Stimmung würde auch nicht zum Ziel der Sendung passen, einen

hohen Unterhaltungswert zu erreichen. Die erste und dritte Bedingung kann ein mediales Ereignis wie *MTV News* nicht erfüllen. Zwar ist die Struktur der Sendung im Vergleich zu anderen Fernsehsendungen dadurch, dass die Moderationen nicht von einem Teleprompter abgelesen werden, sichtlich freier, trotzdem gibt es eine klare Struktur. Auch mag der Moderator seinen Zuschauern, die ihm schon länger die Treue halten, bekannt sein, der Moderator selbst hingegen hat nur ein Bild von seinen Zuschauern und keinen direkten Kontakt. Die Basis der Kommunikation ist somit nicht ein gemeinsam geteiltes Wissen. Es wird zwar versucht, durch die festgestellte konzeptionelle Mündlichkeit und die Annäherung an eine Gesprächsinszenierung dieses Defizit an Vertrautheit zu füllen und möglichst den Eindruck von kommunikativer Nähe zu vermitteln, trotzdem ist nur ein allgemein gehaltenes Sprachspiel möglich. Diese Allgemeinheit ist jedoch auch zu einem gewissen Grad erwünscht und sie belegt erneut die Tatsache, dass nicht eine bestimmte Zielgruppe unter den Jugendlichen angesprochen werden soll, sondern möglichst viele Jugendliche. Das heißt zusammenfassend: Das festgestellte Spiel mit der Sprache und Stilen ist aufgrund der Rahmenbedingungen, besonders wegen des geringen Bekanntheitsgrads der Zuschauer, aber auch wegen des Bestrebens, möglichst viele Jugendliche zu erreichen, allgemein gehalten. Diese Schlussfolgerung lässt sich nicht nur beim Element des Verspielten anwenden, sondern noch darüber hinaus: Insgesamt hat die Kommunikation keinen gruppenspezifischen Charakter, sondern ist allgemeinverbindlich gehalten. Somit konnte auch beispielsweise keine spezifische Lexik nachgewiesen werden, sondern in erster Linie ein umgangssprachlicher Wortschatz. Die Bedeutung des Spiels, der Bricolage und der ironischen Momente, die der Unterhaltung dienen und den frechen und kreativen Charakter der Sendung ausmachen, wird, auch wenn diese Elemente allgemein gehalten sind, dadurch nicht geschmälert. Die *MTV News* verwenden in den Moderationen gezielt diese Mittel, um Jugendlichkeit zu erreichen.⁵⁵

Diese Ergebnisse lassen also Rückschlüsse auf das Bild zu, das MTV von Jugendlichen hat. Sie sprechen Jugendlichen als Großgruppe folglich die allgemeinen Eigenschaften kreativ, frech, ironisch, innovativ und spaßorientiert zu. Neben einer Beziehungsgestaltung der kommunikativen Nähe wird vor allem diesen Mitteln das Potenzial zugerechnet, möglichst viele Jugendliche anzu-

⁵⁵ „Bricolage, Ironie und Selbstironisierung sind zentrale Praktiken, mit denen Jugendliche angesprochen und durch die medienspezifische Diskurse etabliert werden, die eine gemeinsame Schnittmenge mit Alltagsdiskursen von Jugendlichen herstellen (sollen).“ (Schlobinski/Heins 1998, S. 15).

sprechen⁵⁶ und deshalb werden sie so eingesetzt und betont, so zu sehen an der Komplexität der Komposita, dass die Moderationen stark sozial markiert sind. Es kommt zur Stilisierung von Jugendlichkeit. Dieses Bild von Jugendlichen lässt sich auch auf der inhaltlichen Ebene nachweisen. Wie schon festgehalten wurde, hat sich die Sendung dem Infotainment mit dem dominierenden Anspruch zu unterhalten verschrieben.

Nachdem der Stil der Sendung und die Stilisierung von Jugendlichkeit in diesem Kapitel analysiert wurden, werden nun die gewonnenen Erkenntnisse durch einen Vergleich mit einer anderen Sendung vertieft. Dazu werden Moderationen aus der ZDF-Nachrichtensendung *heute* herangezogen.

⁵⁶ Diese Praktiken und Mittel, die MTV als wichtig erachtet, decken sich mit Erkenntnissen aus der Sprachwissenschaft. Demnach ist das Prinzip der Bricolage auch in authentischen Gesprächen von Jugendlichen von großer Bedeutung (vgl. Schlobinski/Kohl/Ludewigt 1993, S. 58). Dieses jugendliche Spiel mit der Sprache, so spezifizieren Schlobinski und Heins weiter, „ist Teil der Kultur des Spätes und der Zerstreuung“ (Schlobinski/Heins 1998, S. 15).

5. Vergleich

Im Folgenden werden nun jeweils die Begrüßungs- und Verabschiedungsmoderation einer Sendung des *MTV News Mag* und der ZDF-Nachrichtensendung *heute* analysiert und die Ergebnisse in Vergleich gesetzt. *heute* wurde unter anderem auch deshalb gewählt, da die Sendung Jugendliche als Informationsquelle kaum anspricht. Studien zeigen, dass Jugendliche nicht die öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen wie eben *heute*, sondern vor allem Nachrichtensendungen der privaten Sender wie Pro 7 oder RTL sehen (Eimeren/Krist 2004, S. 19). Die so genannten „soft news“ mit den lockeren Moderationen und einer publikumswirksameren Themenwahl (unter anderen mit Promi-News) liegen den Jugendlichen mehr. Im Vergleich zu den öffentlich-rechtlichen Nachrichten kann man hier von einer Entpolitisierung sowie vom Hang zur Dramatisierung und Emotionalisierung sprechen (Muckenhaupt 1998, S. 125ff.), die Informationsklassiker scheinen dagegen zu abstrakt und sachbezogen vorzugehen (Schatz/Götz 2004, S. 21). Deshalb ist hier ein Vergleich besonders geeignet, denn bei beiden Sendungen handelt es sich um Nachrichtenformate, welche jedoch eine völlig andere Zielgruppe haben.⁵⁷

MTV auf der einen Seite produziert die Sendung für Jugendliche und versucht diese anzusprechen, indem die Merkmale 'kreativ, frech und ironisch' gezielt eingesetzt werden und kommunikative Nähe erzeugt wird. Die ZDF-Nachrichten auf der anderen Seite sind ein Informationsklassiker, den es schon lange gibt und der alle Altersgruppen erreichen möchte. Dazu gestaltet die Redaktion die Sendung gezielt neutral. Offensichtlich spricht dies jedoch Jugendliche überhaupt nicht an. Anhand des Vergleichs sollen die Unterschiede der beiden Sendungen herausgearbeitet und die bisherigen Ergebnisse aus der Stilanalyse und über das Audience Design des *MTV News Mag* durch den Kontrast nochmals überprüft und bestenfalls bestätigt werden. Die Wahl fiel aus zwei Gründen auf die Begrüßungs- und Verabschiedungsmoderationen: Erstens erfüllen diese Moderationsteile sowohl bei MTV als auch beim ZDF dieselbe Primärfunktion und sind damit meiner Meinung nach besonders zum Vergleich geeignet. Zweitens haben Begrüßungen und Verabschiedungen eine „ausgeprägte sozialsymbolische Bedeutung“ (Androutsopoulos 1998, S. 471), sie enthalten eine große Aussagekraft über die Beziehung von Gesprächspartnern, also in diesem Falle über die angestrebte Beziehung zwischen Moderator und Zuschauer.

⁵⁷ Da das *MTV News Mag* zum Ziel hat zu unterhalten, handelt es sich bei dieser Sendung allerdings um eine Nachrichtensendung im weiteren Sinn.

5.1 *heute*

5.1.1 Die Sendung

heute ist die Nachrichtensendung des ZDF. Nach ihren Grundprinzipien soll die Sendung die Zuschauer mit Nachrichten aus Deutschland und der Welt auf eine umfassende, wahrheitsgetreue und sachliche Art versorgen (ZDF-Staatsvertrag, zitiert nach Siegloch 2006). Bettina Warken, Chefredakteurin der Sendung *heute*, versteht die Funktion der Sendung weitreichender: Es sollen nicht nur Informationen vermittelt, sondern die Geschehnisse auch begreifbar gemacht, also für den Zuschauer in die Zusammenhänge eingeordnet werden (Warken 2006, S. 105). Um dieses Ziel zu erreichen, fordert sie von ihren Redakteuren eine klare und verständliche Sprache. Der qualitative Anspruch, eine hochwertige Nachrichtensendung sein zu wollen, wurde von Beginn an betont. In diesem Zusammenhang wurde auch immer darauf hingewiesen, dass es sich bei den Nachrichtensprechern um echte Redakteure handelt und nicht um reine Sprecher (Pressetreff 2007). Bezogen auf die Produktion der Sendung bedeutet dies, dass die Sendung aufwändig produziert und sehr komplex ist, besonders im Vergleich zum *MTV News Mag*. Täglich werden mehrere Ausgaben aus Mainz gesendet, an denen ein 100-köpfiges Redaktionsteam in mehreren Schichten arbeitet. In den Sendungen gibt es häufig Gäste und Schaltgespräche zu Orten auf der ganzen Welt mit Korrespondenten, Politikern oder Experten. Die Sendung um 19 Uhr ist die Hauptausgabe, ihre derzeitigen Hauptmoderatoren sind Steffen Seibert und Petra Gerster. Die hier verwendeten Moderationsbeispiele stammen aus der 19 Uhr-Ausgabe. Im Normalfall dauert die Hauptausgabe 20 Minuten, der Aufbau der Sendung gestaltet sich folgendermaßen:

- 1) Intro
- 2) Themenüberblick
- 3) Begrüßung
- 4) Hauptnachrichten
- 5) Nachrichten im Film (NiFs)
- 6) „Servicenachricht“
- 7) Sport
- 8) Verabschiedung
- 9) Outro

Nach dem Intro (1) folgt der Themenüberblick (2), der vom Hauptmoderator im *off* moderiert wird, und erst dann kommt die Begrüßungsmoderation (3).

Hier ist die Reihenfolge also im Vergleich zum *MTV News Mag*, wo erst die Begrüßung und dann der Themenüberblick erfolgt, umgekehrt. Der Themenüberblick wird auch nicht wie beim ZDF moderiert, sondern mittels eines Beitrags geleistet. In der Begrüßungsmoderation des ZDF folgt nach der kurzen eigentlichen Begrüßungsformel die Anmoderation des ersten Beitrags. Die Hauptnachrichten (4) umfassen circa 7-8 Nachrichten, die meistens anmoderiert und dann im Beitrag bearbeitet werden, es sind jedoch auch andere Formen möglich. Nach diesen kommt ein Überblick, so genannte NiFs, also Nachrichten im Film (5). Anschließend folgt noch ein Beitrag aus den Themengebieten Service, Kultur und Kurioses (6), dann der Sportblock (7). Dieser wird von einem Co-Moderator moderiert. Meist wird deshalb in der letzten Moderation der Sendung die Moderation vom Co-Moderator wieder an den Hauptmoderator übergeben. Dies kann beispielsweise durch eine kurze Frage-Antwort-Sequenz geschehen. Danach folgt die Verabschiedungsmoderation (8), die eine Wettervorhersage und einen Programmhinweis auf das *heute-journal* sowie die eigentliche Verabschiedungsformel beinhaltet. Bei den ausgewählten zwei Beispielen handelt es sich um Moderationen aus der Sendung vom 16. März 2007.

5.1.2 Begrüßungsmoderation

16. März 2007, 19 Uhr, 28 s

StS: meine damen und herren guten abend↓ * heute ist der
 StS: neu"nunddreißigste tag der entführung zweier deutscher im irak↓
 StS: einer mutter und ihres erwachsenen sohnes↓ * neununddreißig tage
 StS: der a"ngst↓ * die tä"ter davon geht die bundesregierung
 StS: inzwischen aus sind wohl eher ←politische extremi"sten↓→ * ihre
 StS: forderung deutschland solle seine truppen aus afghanistan
 StS: abziehen ←steht jedenfalls im raum↓→ ** nach dem
 StS: bundespräsidenten wendet sich je"tzt au"ch die fami"lie der
 StS: geiseln an die entführer * mit der bitte * lasst sie frei↓

Das vorliegende Beispiel einer Begrüßungsmoderation enthält, wie schon beschrieben wurde, erst die eigentliche Begrüßung und dann die Anmoderation des ersten Nachrichtenbeitrags. In diesem Fall geht es um die Videobotschaft eines Angehörigen zweier Entführungsoffer an deren Geiselnnehmer im Irak. Als Anrede wird eine weit verbreitete Routineformel, also eine konventionalisierte Anrede, in der 3. Person Plural gewählt. Steffen Seibert begrüßt

und adressiert seine Zuschauer mit „meine damen und herren guten abend↓“. Diese Begrüßung markiert die Beziehung zwischen Moderator und Zuschauer als formell, höflich und distanziert. Auch die restliche Moderation ist geprägt durch einen formellen und ernsten Charakter und ist standardsprachlich gehalten. Der Einfluss des Entstehungsprozesses der Moderationen zeigt sich hier deutlich. Der Moderator liest die vorher recherchierten und verschriftlichten Texte wortwörtlich vom Teleprompter ab, das heißt, er bleibt sehr eng am vorher niedergeschriebenen Text. So gibt es in der Begrüßung keine umgangssprachlichen Elemente und es sind weder Lautabschwächungen noch Verschleifungen zu finden. Auf der Ebene der Syntax zeigt sich dies unter anderem am Nominalstil, zu sehen zum Beispiel an folgendem Satz: *heute ist der neu"nunddreißigste tag der entführung zweier deutscher im irak↓*. Auch die Stellung des Verbs ist zu beachten, denn das finite Verb kommt teilweise recht spät: *die tä"ter davon geht die bundesregierung inzwischen aus sind wohl eher ←politische extremi"sten↓→ * ihre forderung deutschland solle seine truppen aus afghanistan abziehen ←steht jedenfalls im raum↓*. Jedoch muss an dieser Stelle noch ergänzt werden, dass trotz der Nähe zur Schrift auch Elemente feststellbar sind, die an die gesprochene Sprache angepasst werden. Um verständlich zu bleiben, ist man zum Beispiel auf der Ebene der Syntax um eine klare Struktur und kurze Sätze bemüht. Auch finden sich in den Moderationen Ellipsen: *einer mutter und ihres erwachsenen sohnes↓ * neununddreißig tage der a"ngst↓→*. Diese dienen hier der Verständlichkeit, deshalb spricht der Moderator auch Standarddeutsch und betont deutlich und klar. Darauf wird beim ZDF, auch in der Sprecherausbildung, sehr geachtet, damit die Moderatoren neutral berichten und keine Wertung, beispielsweise durch die Artikulation, in die Meldungen gelangt. Es ist folglich eine konzeptionelle Schriftlichkeit festzustellen, bei der jedoch, um die Verständlichkeit der Moderationen nicht zu gefährden, teilweise Elemente der gesprochenen Sprache verwendet werden. Die konzeptionelle Schriftlichkeit ist eine Form, die gewählt wird, um ernst, formell und vor allem professionell zu wirken. Das Ziel der Sendung ist es zu informieren, nicht zu unterhalten.

5.1.3 Verabschiedungsmoderation

16. März 2007, 19.00 Uhr, Dauer: 22 s

RC: schwere jungs * soviel vom sport steffen

StS: * >danke< rudi"↑ * das

StS: wetter wird * man will=s |kau"m glauben | ab

NV: |SCHAUT LEICHT UNGLÄUBIG|

StS: dem wochenende wi"nterlich und ab montag ist

StS: |←schnee möglich→| * die einzelheiten gleich mit uwe wesp↓ **

K: |BETONT |

StS: →im heute journal mit marietta slomka heut um zweiundzwanzig

StS: uhr←* es geht auch ohne airbus * wie mitarbeiter ihre firma

StS: retten↓ * an diesem platz erwartet sie morgen petra ge"rster *

StS: ich sage tschüss * und schönes wochenende↓

Auch die Verabschiedung ist wie die Begrüßungsmoderation informativ und formell gestaltet, jedoch kann ein leicht veränderter, weniger ernster Ton festgestellt werden. Zu sehen ist dies schon an der Übergabe der Moderation vom Co-Moderator zum Hauptmoderator. Rudi Cerne kommentiert den letzten Sportbeitrag mit dem umgangssprachlich markierten *schwere jungs*. Dies ist in diesem Zusammenhang wörtlich auf die Körpermasse der Schwergewichtsboxer aus dem Beitrag bezogen und nicht im übertragenen Sinne als eine Anspielung auf Menschen mit kriminellern Hintergrund zu verstehen. Aufgrund ihrer zweifachen Lesbarkeit und im Kontext der sonst ernsten und formellen Sendung wirkt diese Bemerkung gelöster als die Begrüßungsmoderation. Rudi Cerne übergibt dann die Moderation mit den Worten *soviel vom sport steffen* an den Hauptmoderator, dieser bedankt sich mit >danke< rudi"↑. Dieser schnelle Wechsel zeigt zum einen, dass er inszeniert ist und es sich bei Seibert und Cerne um ein routiniertes und professionelles Moderationsduo handelt. Zum anderen wird ihre Beziehung als höflich und durch die Verwendung der Vornamen als nah markiert. Der Wechsel wird von Rudi Cerne initiiert, Steffen Seibert reagiert darauf, übernimmt wieder den Moderationspart und bedankt sich höflich für den Moderationsbeitrag des Sportmoderators. Neben dieser Bemerkung und der Übergabesequenz zeigt sich der weniger ernste Ton im Vergleich zur Begrüßung auch auf der phonetischen Ebene (*will=s, heut*) sowie in der Mimik und durch die Formulierung *man will=s kaum glauben*. Der Moderator drückt damit seine Überraschung über den Kälteeinbruch aus, seine Mimik unterstreicht dies. Dieser leicht ungläubige Gesichtsausdruck fällt auf, da die Mimik des Moderators während der restlichen Sendung eher ruhig ist und Souveränität ausstrahlt. Auch die Formulierung ist angesichts des sonst so formellen Charakters der Sendung als eher informell einzustufen. Mit dem gelösteren Ton stimmt auch der Inhalt der Meldungen überein. Dies betrifft nicht nur die Verabschiedung, in der es um „leichtere Kost“ geht, in der also über das Wetter gesprochen und auf die nachfolgende Nachrichtensendung hingewiesen wird. Schon die Meldung vor dem Sportblock befasst sich meist, so wurde im obigen Abschnitt schon festgehalten, mit einem weniger ernsten Thema. Dieser im Vergleich gelöster Ton am Schluss der Sen-

dung ist eine Strategie der *heute*-Redaktion, um den Zuschauern trotz der häufig negativen Nachrichten eine positive Grundstimmung mitzugeben. Bei den eben genannten Veränderungen im Ton und in der Mimik handelt es sich jedoch, das sollte beachtet werden, um nur kleine Unterschiede. Der formelle und informative Charakter der Sendung bleibt trotz allem erhalten. Auch die Beziehungsgestaltung zwischen Moderator und Zuschauer bleibt distanziert und höflich, wie an der Verabschiedung zu sehen ist: *an diesem platz erwartet sie morgen petra ge"rster * ich sage tschüss * und schönes wochenende*↓.

5.1.4 Selbstdarstellung

Nachdem im vorherigen Abschnitt die Beziehungsgestaltung und der ernste und informative Ton der Sendung analysiert wurden, soll hier die Selbstdarstellung des *heute*-Moderators näher beleuchtet werden. Es zeigt sich schnell, dass im Vergleich zu den *MTV News* die Sendung kaum sozial markiert ist und die Moderationen somit auch relativ wenig Aussagen über Andere oder die Moderatoren selbst enthalten. Eine Überhöhung und Betonung wie bei den *MTV News* findet in der Nachrichtensendung *heute* nicht statt, auch kommt es nicht zur Distanzierung und Belustigung. Der Moderator tritt in der Sendung in den Hintergrund, die Nachrichten stehen ganz klar im Vordergrund. Im Folgenden sollen jedoch trotzdem die wenigen allgemeinen Aussagen, die sich über den Moderator und seine Zuschauer finden lassen, beschrieben werden.

Mit der Funktion des Informierens nimmt der Moderator auch hier, wie beim *MTV News Mag*, die Rolle einer Informationsinstanz ein. Jedoch ist hier die Rolle ganz anders ausgestaltet. Er wirkt kompetent, informiert, und seriös. Dies liegt einerseits an dem schon oben beschriebenen Moderationsstil, andererseits wird es an der ruhigen Art des Moderierens deutlich, auch zu sehen an der ruhigen Mimik. Auch die Körperhaltung strahlt Seriosität und Glaubwürdigkeit aus: Steffen Seibert sitzt aufrecht und ruhig an einem Schreibtisch. Er trägt dabei einen dunklen Anzug mit lila Krawatte und ein weißes Hemd mit Längs- und Querstreifen, die farblich mit der Krawatte identisch sind. Diese formelle und gut abgestimmte Kleidung unterstreicht den kompetenten und seriösen Eindruck. Diese Selbstdarstellung stimmt mit dem Anspruch der Sendung überein, für gute und neutrale Berichterstattung zu stehen. Dass die Sendung jedoch darüber hinaus so wenig sozial markiert ist und eine große Nähe zur Schriftsprache und zum Standard aufweist, hängt auch mit der Zielgruppe zusammen. Die Sendung *heute* hat zum Ziel, die Zuschauer mit Nachrichten aus Deutschland und der Welt zu versorgen und soll, im Einklang mit dem öffentlich-rechtlichen Charakter des Senders und dem damit verbunde-

nen Auftrag, eine breite Masse erreichen und niemanden ausschließen. Zwei sehr allgemeine Merkmale, die die Redaktion ihren Zuschauern zuschreibt, lassen sich durch die Analyse trotzdem herausarbeiten: Erstens wollen die Zuschauer informiert werden und sind interessiert an Informationen, und zweitens wünschen sie, diese Information auf eine anspruchsvolle, aber gleichzeitig leicht zu verstehende Art und Weise vermittelt zu bekommen. Das sieht man zum Beispiel an den kurzen Sätzen.

5.2 *MTV News Mag*

5.2.1 Begrüßungsmoderation

9. Februar 2007, 20.00 Uhr, Dauer: 10 s

MK: Ja |gut | * n=abend allerseits beim mtv news mag * ←manchmal

K: |HOCH|

MK: passiern bi"zzare dinge→ in der welt der reichen und schön *

MK: so=n scheißglück dass ich weder← reich noch schön bin→↓ * hier

MK: sind die themn↓

Markus Kavka beginnt und beendet seine Sendungen immer mit den gleichen Worten, also mit Routineformeln, die eine Art Erkennungs- und Markenzeichen für den Moderator geworden sind. Zur Begrüßung verwendet er die Routineformel: *ja gut * n=abend allerseits beim mtv news mag. ja gut* am Beginn der Moderation vor der „eigentlichen“ Begrüßung ist für ein mediales Ereignis eher unkonventionell und im eigentlichen Sinne kein Grußwort. Im Zusammenhang mit der schon festgestellten Annäherung an eine Gesprächsinszenierung und der konzeptionellen Mündlichkeit kann es als eine Art Gliederungssignal gesehen werden.⁵⁸ Es offenbart gleich zu Beginn der Sendung das Bestreben von Markus Kavka, die Sendung und die Beziehungsgestaltung Moderator-Zuschauer informell und nah zu gestalten. Das darauf folgende *n=abend* ist hingegen eher konventionell und erfüllt hier die Funktion der Begrüßung, die Verschleifung markiert es als umgangssprachlich. Durch „allerseits“ werden die Zuschauer als Kollektiv angesprochen, auch hier zeigt sich der informelle Charakter durch die Wahl des eher saloppen Ausdrucks.

Nach der Begrüßung deutet Markus Kavka das erste Thema der Sendung, den Tod von Anna Nicole Smith, an. Seine Aussage *←manchmal passiern bi"zzare dinge→ in der welt der reichen und schön* bezieht sich auf den As-

⁵⁸ Im Gesprochenen wird *ja gut* häufig verwendet, um einen Anfang zu markieren, oft auch um auf die Vorgängeräußerung Bezug zu nehmen (Schwitalla 2006, S. 87).

pekt des Rätselhaften an ihrem Tod. Der traurig-ernste Aspekt der Meldung wird nicht angesprochen, lediglich das langsamere Sprechtempo deutet ihn vage an. Bei *der welt der reichen und schönen* handelt es sich um eine allgemein bekannte Phrase, die sich auf die Glanz- und Glamourwelt der Prominenten bezieht. Die Zuordnung der Personen zu dieser sozialen Welt geschieht hier über die Merkmale „reich und schön“. Diese Merkmale gelten in unserer Gesellschaft, auch transportiert von den Medien, als sehr erstrebenswerte Attribute. Markus Kavka bezieht diese Attribute auf sich, bezeichnet sich selbstironisch als weder reich noch schön und beschreibt dies als Glücksfall. Implizit schlussfolgert der Moderator, dass der Tod von Smith die Konsequenz ihres Prominentenlebens und ein solches folglich nicht erstrebenswert ist. Ein gesellschaftliches und medial erzeugtes Ideal wird hier gegenteilig bewertet und es wird sich auf ironische und freche Weise davon distanziert. Das Kompositum *scheißglück*⁵⁹ ist eine Art Passe-Partout-Wort, also ein Lexem, das bei minimaler inhaltlicher Bestimmung einen großen Referenzbereich aufweist (Androutsopoulos 1998, S. 394).⁶⁰ Hier werden zwei Ausdrücke mit eigentlich unterschiedlicher Wertung verbunden, in diesem Fall erhält *scheiß*-jedoch wie *glück* auch eine positive Wertung. Folglich hat das Kompositum hier einen expressiven und hyperbolischen Charakter erstens durch die Verwendung eines Intensivierers, zweitens durch die konnotative Veränderung von *Scheiß*- und drittens durch die auffällige Verbindung. Bei „Scheißglück“ handelt es sich jedoch nicht um eine Innovation der *MTV News*. Durch die Nennung der Attribute „reich und schön“, die ein Wiederaufgreifen der vorherigen sozialen Welt der Prominenten darstellt, erhält die Aussage eine Struktur, die meiner Meinung nach einen gewissen Spruchcharakter aufweist und damit ganz im Einklang mit dem jugendlichen Ton der Sendung und dem Streben nach Unterhaltung steht. Anschließend an diese ironische Aussage kündigt der Moderator den Themenüberblick an, dessen erster Inhalt der Tod von Smith sein wird. In dieser Moderation wird sich somit einem an sich ernstesten Thema in einer spielerischen und ironischen Art angenähert.

⁵⁹ Das Zweitglied des Kompositums *Glück* wird meist wertpositiv verwendet und soll eine günstige Fügung des Schicksals ausdrücken. Das Erstglied *scheiß* ist jugendsprachlich sehr produktiv und dient häufig der Intensivierung (Androutsopoulos 1998, S. 394, 117). Laut Duden wird der Ausdruck „emotional derb abwertend“ gebraucht (Duden 1999). Auch in Jugendsprachanalysen wurde eine Verwendung in meist wertnegativen Zusammenhängen festgestellt (Androutsopoulos 1998, S. 394).

⁶⁰ Androutsopoulos zeigt in seiner Arbeit „Deutsche Jugendsprache“, dass die Passe-Partout-Wörter in den Bereichen der Wortbildung und der Phraseologie jugendsprachlich produktiv sind (Androutsopoulos 1998, S. 394).

5.2.2 Verabschiedungsmoderation

9. Februar 2007, 20.00 Uhr, Dauer: 16 s

MK: →|a riesn depp der typ| und zu recht jetzt mit so=ner

K: |BAYRISCHER DIALEKT |

MK: alkoholfussfesselaltn abgestraft↓ * <jetzt geht=s weiter mit← mtv

MK: |noise|> * das wochenthema↑ * video masterpieces * heu"te beste

K: |HOCH |

MK: regie↓ * d"a sin dinger dabei * hei"dewitzga↓ * viel spaß * und

MK: recht herzlichen dank für die aufmerksamkeit * au"f wiedersehn↓

Die letzte Moderation der Sendung ist die Verabschiedungsmoderation, die einen Programmhinweis auf die nächste Sendung und eine Abmoderation des letzten Beitrags enthält. Vor dem Moderationsbeispiel kam ein Beitrag aus der schon erwähnten wöchentlichen Rubrik „Depp der Woche“. In diesem wurde sich über das Verhalten von Olivier Martinez, dem Ex-Freund der Sängerin Kylie Minogue, und seiner angeblich neuen Freundin lustig gemacht. Diese war durch starken Alkoholkonsum aufgefallen und muss nun auf richterlichen Erlass ein Alkoholmessgerät am Fuß tragen. Zu Beginn moderiert Markus Kavka den letzten Beitrag ab, indem er das Verhalten von Olivier Martinez kommentiert und ihn als *a riesn depp der typ* bezeichnet. Verhaltenskritik und negative Bewertung geschehen hier im bayrischen Dialekt.⁶¹ Zum einen klingt die Bewertung durch die Verwendung des Dialekts derber und wird dadurch betont und zum anderen ist sie auch persönlicher. Markus Kavka unterstreicht, da er auf den Dialekt seiner Herkunftsgegend zurückgreift – er stammt aus der Gegend von Ingolstadt – und folglich damit seine Herkunft zeigt, dass er ihn auch persönlich für einen „riesn depp“ hält. Mit *Typ* bezieht sich Markus Kavka auf Martinez ohne ihn noch einmal namentlich zu nennen.⁶² Weiter bekräftigt der Moderator seine negative Aussage noch, indem er Martinez mit der Schauspielerin Michelle Rodriguez gleichsetzt. Markus Kavka bezeichnet Rodriguez, über deren Kleidergeschmack sich schon im Beitrag lächerlich gemacht wurde, auf die schon bei der Stil-

⁶¹ In meinem Korpus wechselt der Moderator auch an einer anderen Stelle von Standard in Dialekt, um das Verhalten eines Musikers zu kritisieren. In der Sendung vom 9. Februar 2007 kritisiert er das Verhalten des Musikers David Alban gegenüber seinem MTV-Musikredakteur und bezeichnet ihn als „a riesn arschloch“.

⁶² Der Ausdruck *Typ* gilt als jugendtypisch, Androutsopoulos hat in seiner Arbeit gezeigt, dass das Lexem /typ/ von Jugendlichen, wie auch hier von Markus Kavka, häufig zur Personenbezeichnung verwendet wird (Androutsopoulos 1998, S. 430).

analyse beschriebene typische Art und Weise mit einem Kompositum als „Alkoholfussfesselalte“. Die Merkmale und Funktionen dieses Kompositums decken sich mit den schon vorher gewonnenen Erkenntnissen: Es ist frech, innovativ und dient auch hier dem Unterhaltungswert sowie der negativen Bewertung.

Nach der Abmoderation kommt der Programmhinweis auf die folgende Sendung. Die Titel der Sendungen bei MTV und der jeweiligen gesetzten Themenschwerpunkte sind passend zur amerikanischen Orientierung des Senders so gut wie immer in Englisch gehalten, so auch in dieser Sendung: *mtv |noise |> * das wochenthema↑ * video masterpieces * heu"te beste regie*. Markus Kavka preist die Sendung seinen Zuschauern an: *d" a sin dinger dabei * hei" dewitzga↓*.⁶³ Durch die expressiv markierte Interjektion „hei"dewitzga“ kommt die positive Bewertung der „Dinger“ durch den Moderator hervor. Insgesamt weist diese Ankündigung also einen jugendlichen sowie sehr expressiven Charakter auf.

Dem Programmhinweis folgt die eigentliche Verabschiedung. Auch hier wird eine Routineformel verwendet. Markus Kavka verabschiedet sich mit den Worten *recht herzlichen dank für die aufmerksamkeit * au" f wiedersehn↓*.⁶⁴ Die Verabschiedung scheint somit betont förmlich-höflich und unterscheidet sich von dem sonst jugendlichen Ton der Sendung. Im Kontext der restlichen Moderation und ihren frechen, spielerischen und expressiven Elementen wird jedoch klar, dass es sich hier, wie schon in Abschnitt 4.4 gezeigt, um ein Spiel mit einem anderen Stil handelt. Ein Moderationsstil wird aufgegriffen, wie er zum Beispiel in konventionellen Nachrichtensendungen zu finden ist. Durch den Kontrast zur restlichen Moderation und dem sonstigen Moderationsstil wird der Unterschied betont und nochmals gezeigt, dass das *News Mag* anders ist. Erneut grenzt sich der Moderator durch Ironie und durch das spielerische Element ab und wieder einmal offenbart sich die Lust am Spiel. Somit ist auch die Verabschiedung nicht als förmlich-höflich, sondern als passend zum jugendlichen Ton einzuordnen. Es wurde schon die sozialsymbolische Bedeutung von Begrüßungen und Verabschiedungen erwähnt. Auch bei Markus Kavka wird dies deutlich. Zum einen sind die Routineformeln der Begrüßung und Verabschiedung eine Art Erkennungs- beziehungsweise Markenzeichen des Moderators. Sie werden nur von ihm und in allen seinen Sendungen verwendet.

⁶³ Mit dem Lexem *Ding* wird hier wiederum ein Passe-Partout-Substantiv verwendet, diesmal jedoch ein an sich wertneutrales (Androutopoulos 1998, S. 394).

⁶⁴ Manchmal wird diese Routineformel zur Verabschiedung noch um den Zusatz *das war=* *dann von mir* ergänzt, der dann am Anfang der eigentlichen Verabschiedung steht.

Seine Vertretungen benutzen diese Routineformeln nicht. Zum anderen zeigt sich in der Begrüßung und Verabschiedung das Bestreben, eine Beziehung der Nähe zwischen Moderator und Zuschauer herzustellen und sich von anderen medialen Ereignissen abzugrenzen. Somit sind sie stark sozial markiert.

5.3 Ergebnis

Der direkte Vergleich der zwei Sendungen zeigt deutliche Unterschiede. Der wahrscheinlich wichtigste Aspekt, neben der inhaltlichen Ausgestaltung, ist die soziale Markiertheit. Während die *heute*-Moderationen nur die allgemeinen Merkmale 'informativ, formell und seriös' aufweisen und insgesamt sehr neutral gehalten sind, ist das *MTV News Mag* stark sozial geprägt. Die Redaktion bemüht sich um Jugendlichkeit, diese wird hergestellt, indem Merkmale, die als jugendtypisch eingeschätzt werden, stilisiert werden. Das zeigt sich unter anderem auch prosodisch und melodisch in den Moderationen, die viel facettenreicher sind als die der *heute*-Nachrichten. Insgesamt wurden die vorherigen Ergebnisse der Stilanalyse im Vergleich der zwei Sendungen erneut bekräftigt. Die folgende Tabelle soll die wichtigsten Unterschiede, die der direkte Vergleich zutage brachte, darstellen.

Sendung	<i>MTV News Mag</i>	<i>ZDF heute</i>
Ziel der Sendung	Primär: Unterhalten Sekundär: Informieren	Informieren
Stil	– Stark sozial markiert	– Neutral; wenig sozial markiert
	– jugendlich: kreativ, frech und ironisch – informell und nah – konzeptionelle Mündlichkeit	– professionell und ernst – formell und distanziert – konzeptionelle Schriftlichkeit

Tabelle 2: Übersicht der Ergebnisse aus dem Vergleich *MTV News Mag* – *ZDF heute*

Es fällt auf, dass die gefundenen Merkmale der beiden Sendungen in einem Oppositionsverhältnis stehen und somit als Gegensatzpaare beschrieben werden können.

Sehr deutlich zeigen sich diese Unterschiede in der eigentlichen Begrüßung und Verabschiedung sowie im Umgang mit ernsten Themen. In der Begrüßungsmoderation von Markus Kavka wird sich zwar nur einem ernsten Thema angenähert, jedoch geschieht auch hier die Thematisierung auf eine spielerische

sche und ironische Art, wohingegen Steffen Seibert das ernste Thema einer Einführung in einem ernsten und distanziertem Modus moderiert. Die Begrüßung und Verabschiedung ist bei *heute* sehr allgemein und höflich-distanziert gehalten und könnte so identisch in vielen medialen Ereignissen ähnlicher Art vorkommen. Bei Markus Kavka hingegen sind die Begrüßung und Verabschiedung sein Marken- und Erkennungszeichen geworden. Die wesentlichen Stilmerkmale der Sendung, die spielerischen und frechen Elemente, das Streben nach Unterhaltung, die Distanzierung und Darstellung als etwas Anderes und Unkonventionelles kommen damit in den Begrüßungs- und Verabschiedungsformeln zum Ausdruck.

Darüber hinaus lässt sich in dem Bestreben des *MTV News Mag*, sich abzugrenzen, ein Zusammenhang zwischen den Sendungen *heute* und *News Mag* feststellen. Das Spiel mit einem anderen Stil bei der Verabschiedung ist wieder eine Bricolage, bei der Markus Kavka auf eine kulturelle Ressource zurückgreift und mit deren Hilfe er sich distanziert. Bemerkenswert ist nun, dass hier Sendungen, wie sie die *heute*-Nachrichten darstellen, als die verwendete kulturelle Ressource gesehen werden können. Erst der Kontext offenbart das Spiel mit einem anderen Stil und einer anderen Moderatorenrolle. Der hier aufgegriffene Stil ähnelt dem Stil von Nachrichtensendungen wie *heute*, dieser dient also als Rohmaterial, auf das die MTV-Redaktion zurückgreift.

6. Schlussbetrachtung

Die vorliegende Arbeit hatte zum Ziel, das Audience Design des *MTV News Mag* zu analysieren. Die Sendung ist dem Bereich des Infotainment zuzuordnen und hat die Schwerpunktthemen Musik sowie Klatsch und Tratsch über Prominente zum Inhalt. Die Frage, wie der Sender seine Zielgruppe anspricht, ist wiederum eng mit der Frage nach dem MTV-Bild von Jugendlichkeit verknüpft und damit, welche allgemeinen Merkmale der Großgruppe 'Jugendliche' zugeschrieben werden. Um die Antwort zu finden, wurde vor allem auf Grundlage des kommunikativen sozialen Stils, aber auch auf der Grundlage der Jugendsprachforschung und der Medienwissenschaft eine mediale Stilanalyse vorgenommen. Die Ergebnisse sollen hier noch einmal kurz zusammengefasst werden.

Die Analyse hat folgendes Bild von Jugendlichkeit ergeben: MTV geht davon aus, dass sich Jugendliche vor allem Unterhaltung und Spaß wünschen. Gleichzeitig spricht ihnen der Sender ein großes Medienwissen und eine hohe Medienkompetenz zu. In den Augen der Produzenten sind „frech“, „kreativ“ und „ironisch“ wesentliche Merkmale Jugendlicher. Jugendliche wollen keine reinen Informationen oder professionalisierte Sendungen, die durchgeplant und neutral sind, sondern sie suchen das Besondere und Authentische sowie Expressivität und Nähe. Dabei dürfen im Spiel durchaus Grenzen des Konventionellen ausgetestet werden. Diesem Bild versucht MTV gerecht zu werden und setzt deshalb diese Merkmale gezielt in der Sendung ein und überhöht sie. Insgesamt entsteht so ein stark sozial markierter Stil.

Es zeigt sich also, dass diese Stilisierung von Jugendlichkeit eine wichtige Strategie ist, um Jugendliche anzusprechen. Hier ist vor allem der jugendliche Ton mit den Merkmalen kreativ, frech und ironisch zu nennen. Gut zu sehen ist die Überhöhung an den spielerischen Elementen der Sendung, diese werden stark betont und häufig eingesetzt. Durch das Spiel mit Sprache und Stilen sind die Moderationen kreativ, unkonventionell, unterhaltsam und ironisch. Dabei sind es vor allem die Neologismen und das Wortbildungsmuster der Komposition, die hervorstechen und die Moderationen als kreativ und frech markieren. Auch die Verwendung eines weniger gebräuchlichen Wortschatzes sowie das Spiel mit anderen Stilen und Rollen tragen zum jugendlichen Ton bei. Hier wird auch das in der Stil- und Jugendsprachforschung bekannte Prinzip der Bricolage angewandt und mit Bekanntem und Verbreitetem gebastelt, um Neues zu schaffen. Dabei werden fremde Stile so verwendet, dass sie Teil

des eigenen werden. Allgemein bekannte typisierte Stile werden aufgegriffen und überbetont, so dass Ironie entsteht und sie der Unterhaltung dienen. Auch bei einem Vergleich mit den *heute*-Nachrichten zeigte sich das Prinzip der Bricolage. Die Verabschiedung von Markus Kavka, die sein Markenzeichen ist, ist wiederum ein Spiel, durch das sich das *MTV News Mag* von konventionellen Nachrichtensendungen wie *heute* ironisch distanziert. Insgesamt bekräftigte der Vergleich des *MTV News Mag* mit *heute* die Ergebnisse über den medialen Stil und zeigte deutliche Unterschiede der Sendungen, besonders in der sozialen Markiertheit. Die konventionelle Informationssendung ist neutral, der mediale Stil des *MTV News Mag* hingegen stark sozial markiert. Es zeigt sich also, dass der medienwissenschaftliche Befund, dass Jugendliche sich von einem neutralen informativen Stil, wie ihn die Sendung *heute* hat, nicht angesprochen fühlen, mit dem Bild von MTV über Jugendliche übereinstimmt. Die oben erwähnten Komposita werden im *MTV News Mag* häufig zu sozialen Typisierungen und – neben der Ironie und der Hyperbolisierung als weitere Mittel – zu Bewertungen verwendet. Sie dienen damit einerseits der Unterhaltung, denn in der Bewertung wird sich über andere lustig gemacht. Andererseits kommt es dadurch zur Distanzierung, die Sendung grenzt sich auf diese Art und Weise zum einen von den Prominenten und Künstlern, die Inhalt der Moderationen sind, aber auch von anderen Medien ab. Es wird dadurch gezeigt, dass MTV etwas Besonderes ist und den „Medienzirkus“ durchschaut. MTV übernimmt hier eine symbolische Opposition zum Kommerz, die Teil der Selbstdarstellung ist. Der Moderator nimmt zwar die Rolle der Informationsinstanz ein, die über die aktuellen Trends Bescheid weiß, zeigt sich dabei jedoch selbstironisch. Die Sendung unterscheidet sich dahingehend von anderen Infotainment-Formaten, dass hier nicht versucht wird, sich allzu ernst zu nehmen. Das belegte auch die Analyse des Spiels mit dem Stil eines Märchenerzählers und dem Stils eines Predigers. Dabei wurde unter anderem eine durchaus selbstironische und medienkritische Haltung in einem unterhaltenden Modus eingenommen, durch die der Moderator Glaubwürdigkeit gewinnt. Neben der Selbstdarstellung ist die Distanzierung weiterhin wichtig für die Beziehungsgestaltung zwischen dem Zuschauer und dem Moderator. Durch Klatsch soll Gemeinsamkeit geschaffen und somit Nähe erzeugt werden, denn diese wird als sehr wichtig eingeschätzt. Nähe herzustellen ist die zweite wichtige Strategie, um die Jugendlichen zu erreichen.

Kommunikative Nähe wird in der Sendung erstens durch die konzeptionelle Mündlichkeit, also durch Sprechsprachliches und Spontan-Ungeplantes erzeugt. Zweitens ist dafür die Annäherung an eine Gesprächsinszenierung

bedeutsam. Das heißt, der Moderator verwendet Elemente, die so auch in Gesprächen (zum Beispiel als Rückmeldesignale) vorkommen könnten. Dadurch füllt er in Teilen die Rolle zweier Gesprächspartner aus. In der Rolle des zweiten Gesprächspartners versucht der Moderator dabei, dem antizipierten Zuschauer und seiner Reaktion gerecht zu werden. Insgesamt soll damit die Distanz, die nachgewiesenermaßen mit dem Massenmedium Fernsehen einhergeht, verringert werden. Denn Jugendlichen ist, so entspricht es dem Bild von MTV, Nähe wichtig. Auch die lebhafte Gestik und Mimik sowie die facettenreiche Prosodie der Moderatoren stehen im Dienste der Nähe und der Expressivität. Für das Audience Design des *MTV News Mag* sind folglich diese zwei Strategien, die Bemühungen um kommunikative Nähe und die Stilisierung von Jugendlichkeit, wesentlich.

Neben dieser Erkenntnis lässt sich feststellen, dass sich bei der vorgenommene Stilanalyse das Konzept des Stils als holistisches Phänomen, das alle Ebenen des Ausdrucks umfasst und erst als Ganzes zu erfassen ist, erneut bewährt hat. Auch hier wurden die Stilmerkmale auf den verschiedensten Ebenen beschrieben und nachgewiesen. Auf der phonologischen Ebene sind in der vorliegenden Arbeit vor allem Verschleifungen und Lautabschwächungen beleuchtet worden, die für sprechsprachliche Elemente von Bedeutung sind. Auf der morphologischen und lexikalischen Ebene treten besonders die Komposita hervor, sowie – jetzt nur auf die lexikalische Ebene bezogen – Ausdrücke, die weniger gebräuchlich sind, oder Anredeformeln. Auf der syntaktischen Ebene wurden Phänomene der Satzlänge, des Satzgefüges und der Satzreduktion (wie Ellipsen, die als typisch gesprochensprachlich eingeschätzt werden) beschrieben. Auf der pragmatischen Ebene waren es vor allem die Mittel der Beziehungsgestaltung zwischen Moderator und Zuschauer, hierbei besonders die Strategie der kommunikativen Nähe, die Selbstdarstellung und der jugendliche Ton, die im Mittelpunkt standen. Neben diesen verbalen Ebenen wurden auch nonverbale Elemente wie Kleidung, Gestik und Mimik in die Stilanalyse miteinbezogen.

Die in der Untersuchung gewonnenen Ergebnisse über den medialen Stil und das Bild von Jugendlichkeit beruhen zunächst einmal nur auf der Sendung *MTV News Mag*. Ich bin jedoch davon überzeugt, dass auch in vergleichbaren Jugendsendungen dasselbe oder zumindest ein ähnliches Bild von Jugendlichkeit zu finden ist. Weitere Analysen von anderen Sendungen würden, so meine Vermutung, dieselben jugendlichen Merkmale „frech“, „kreativ“ und „ironisch“ ergeben, lediglich die Umsetzung könnte variieren. Die vorgenommene Stilanalyse legt sogar die Annahme nahe, dass die Merkmale auch langfristig

gesehen stabil bleiben. Dies auch angesichts der Tatsache, dass die Medienlandschaft im Wandel ist und die Jugendmedien sich dabei besonders schnell verändern. Das heißt, dass viele der momentan bestehenden Sendungen und Formate weiterentwickelt oder ganz verschwinden werden. An ihrer Stelle werden neue Formate entwickelt, mit anderen Schwerpunktsetzungen und Ausgestaltungen, bei denen die Programmplaner wieder versuchen werden, Trends aufzunehmen oder neue zu schaffen. Dabei wird auch ihr Bild, das sie von Jugendlichkeit haben, entscheidend sein. In diesem Bild liegt auch der Grund für meine Annahme der Stabilität der Merkmale. Die hier gefundenen und belegten Merkmale sind, da sie auf die Großgruppe Jugendlicher bezogen sind, von sehr allgemeinem Charakter. Ihr Ursprung ist im gesellschaftlichen-kulturellen Kontext zu sehen. Aufgrund dessen und aufgrund des allgemeinen Charakters wird das Bild von Jugendlichkeit in vielen Jugendmedien zu finden sein und länger Bestand haben. Die Bestätigung dieser These könnte Gegenstand weiterer Untersuchungen sein.

7. Literatur

7.1 Forschungsliteratur

- Androutsopoulos, Jannis (1998): Deutsche Jugendsprache: Untersuchungen zu ihren Strukturen und Funktionen. Frankfurt a.M.
- Androutsopoulos, Jannis (2000): Vom Mainstreamradio bis zu den Skatermagazinen: Jugendmedien sprachwissenschaftlich betrachtet. In: merz (medien und erziehung) 44, 4, S. 229-235.
- Androutsopoulos, Jannis (2002): Fanzines und Facetten der linguistischen Printmedienanalyse. In: Der Deutschunterricht 54, 2, S. 4-15.
- Androutsopoulos, Jannis/Kallmeyer, Werner (2000): Was geht'n? Newz von der Szene. In: Sprachreport 17, 4, S. 2-8.
- Auer, Peter (1993): Zur Verbspitzenstellung im Gesprochenem Deutsch. In: Deutsche Sprache 21, 3, S. 193-222.
- Augenstein, Susanne (1998): Funktionen von Jugendsprache: Studien zu verschiedenen Gesprächstypen des Dialogs Jugendlicher mit Erwachsenen. (= Reihe Germanistische Linguistik 192). Tübingen.
- Bell, Adam (1991): The language of news media. Oxford.
- Burger, Harald (2005): Mediensprache. 3., völlig neu bearb. Aufl. Berlin.
- Chovan, Miloš (2006): Kommunikative Stile sozialen Abgrenzens – Zu den stilistischen Spezifika sozial-distinktiver Handlungen in der Interaktion Jugendlicher. In: Dürscheid/Spitzmüller (Hg.), S. 135-149.
- Clarke, John (1981): Stil. In: Clarke, John/Honneth, Axel (Hg.): Jugendkultur als Widerstand. 2. Aufl. Frankfurt a.M., S. 133-157.
- Dürscheid, Christa/Spitzmüller, Jürgen (Hg.) (2006): Perspektiven der Jugendsprachforschung: Trends and developments in youth language research. (= Sprache – Kommunikation – Kultur 3). Frankfurt a.M.
- Eimeren, Birgit van/Krist, Renate (2004): Mediennutzung und Fernsehpräferenzen der 12- bis 17-Jährigen. In: Televizion 17, 2, S. 12-20.
- Gelke, Andreas/Neuffer, Friederike (1998): „wir sind immer für euch da (.) euer radio sfk“. Ironie und Parodie als Sprechmodi gruppenspezifischer, situativer Interaktion. In: Schlobinski/Heins (Hg.), S. 101-146.
- Gleich, Uli (2000): Medien und ihre Bedeutung für Jugendliche. In: merz (medien und erziehung) 44, 4, S. 211-218.
- Groeben, Norbert (1986): Ironie als spielerischer Kommunikationstyp? Situationsbedingungen und Wirkung ironischer Sprechakte. In: Kallmeyer, Werner (Hg.): Kommunikationstypologie: Handlungsmuster, Textsorten, Situationstypen. Düsseldorf, S. 172-192.

- Großegger, Beate (2004): „Jugendfernsehen“ zwischen Zeitgeist und Zielgruppe. In: *Television* 17, 2, S. 4-11.
- Holly, Werner (1996): Mündlichkeit im Fernsehen. In: Biere, Bernd Ulrich/Hoberg, Rudolf (Hg.): *Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Fernsehen. (= Studien zur deutschen Sprache 5)*. Tübingen.
- Jakobs, Eva-Maria/Rothkegel, Annely (Hg.) (2001): *Perspektiven auf Stil. (= Reihe Germanistische Linguistik 226)*. Tübingen.
- Kallmeyer, Werner (2001): Perspektivenumkehr als Element des emanzipatorischen Stils in Migrantengruppen. In: Jakobs/Rothkegel (Hg.), S. 401-422.
- Kallmeyer, Werner (Hg.) (1994): *Kommunikation in der Stadt. Teil 1: Exemplarische Analysen des Sprachverhaltens in Mannheim. (= Schriften des Instituts für deutsche Sprache 4.1)*. Berlin.
- Kallmeyer, Werner (Hg.) (1995): *Kommunikation in der Stadt. Teil 2: Ethnographien von Mannheimer Stadtteilen. (= Schriften des Instituts für deutsche Sprache 4.2)*. Berlin.
- Keim, Inken (1995): *Kommunikation in der Stadt. Teil 3: Kommunikative Stilistik einer sozialen Welt „kleiner Leute“ in der Mannheimer Innenstadt. (= Schriften des Instituts für deutsche Sprache 4.3)*. Berlin.
- Keim, Inken (2001): Die Powergirls – Aspekte des kommunikativen Stils einer Migrantinnengruppe in Mannheim. In: Jakobs/Rothkegel (Hg.), S. 375-400.
- Keim, Inken/Schmitt, Reinhold (1993): Evangelisch, ne? Die interaktive Konstitution der sozialen Kategorie „Übersiedler“. In: *Deutsche Sprache* 21, 2, S. 143-161.
- Keim, Inken/Schütte, Wilfried (2002): Einleitung. In: Keim, Inken/Schütte, Wilfried (Hg.): *Soziale Welten und kommunikative Stile: Festschrift für Werner Kallmeyer zum 60. Geburtstag. (= Studien zur Deutschen Sprache 22)*. Tübingen, S. 9-26.
- Koch, Peter/Oesterreicher, Wulf (1990): *Gesprochene Sprache in der Romania: Französisch, Italienisch, Spanisch*. Tübingen.
- Kopper, Gerd (2005): *Medienhandbuch Deutschland*. Reinbek.
- Kurp, Matthias (2004): Musikfernsehen, das unterschätzte Medium. In: *Television* 17, 2, S. 28-31.
- Kurp, Matthias/Hauschild, Claudia/Wiese, Klemens (2002): *Musikfernsehen in Deutschland*. Wiesbaden.
- Lausberg, Heinrich (1960): *Handbuch der literarischen Rhetorik*. München.
- Muckenhaupt, Manfred (1998): Boulevardisierung in der TV-Nachrichtenerstattung. In: Holly, Werner/Biere, Bernd Ulrich (Hg.): *Medien im Wandel*. Opladen, S. 113-134.
- Neuland, Eva (2003): *Doing Youth*. In: Neuland, Eva (Hg.): *Jugendsprache – Jugendliteratur – Jugendkultur*. Frankfurt a.M., S. 261-273.

- Neumann-Braun, Klaus/Schmidt, Axel (1999): McMusic. In: Neumann-Braun (Hg.), S. 7-42.
- Neumann-Braun, Klaus (Hg.) (1999): Viva MTV! Frankfurt a.M.
- Ong, Walter (1987): Oralität und Literalität: die Technologisierung des Wortes. Op-laden.
- Schatz, Eva/Götz, Maya (2004): Kompakt, verständlich und authentisch. In: Televi-zion 17, 2, S. 21-27.
- Schlobinski, Peter/Heins, Niels-Christian (1998): Jugendliche und „ihre“ Sprache. In: Schlobinski/Heins (Hg.), S. 9-23.
- Schlobinski, Peter/Heins, Niels-Christian (Hg.) (1998): Jugendliche und „ihre“ Spra-che: Sprachregister, Jugendkulturen und Wertesysteme. Wiesbaden.
- Schlobinski, Peter/Kohl, Gaby/Ludewigt, Irmgard (1993): Jugendsprache: Fiktion und Wirklichkeit. Wiesbaden.
- Schmidt, Axel (1999): Sound and vision go MTV – die Geschichte des Musiksenders bis heute. In: Neumann-Braun (Hg.), S. 93-131.
- Schütte, Wilfried (2002): Tussi-Talk – neue Fernsehformate für Teens. In: Der Deutsch-unterricht 54, 2, S. 62-81.
- Schwitalla, Johannes (1995): Kommunikation in der Stadt. Teil 4: Kommunikative Stilistik zweier sozialer Welten in Mannheim-Vogelstang. (= Schriften des Insti-tuts für deutsche Sprache 4.4). Berlin.
- Schwitalla, Johannes (2001): Gesprochene-Sprache-Forschung und ihre Entwicklung zu einer Gesprächsanalyse. In: Brinker, Klaus/Antos, Gerd/Heinemann, Wolfgang/Sager, Sven F. (Hg.): Text- und Gesprächslinguistik. *Linguistics of text and con-versation. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung*. 2. Halbbd.: Gesprächslinguistik. (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissen-schaft 16.2). Berlin/New York, S. 896-903.
- Schwitalla, Johannes (2006): Gesprochenes Deutsch. Eine Einführung. 3., neu bearb. Aufl. (= Grundlagen der Germanistik 33). Berlin.
- Selting, Margret/Hinnenkamp, Volker (1989): Einleitung: Stil und Stilisierung in der interpretativen Soziolinguistik. In: Hinnenkamp, Volker/Selting, Margret (Hg.): Stil und Stilisierung: Arbeiten zur interpretativen Soziolinguistik. (= Linguistische Ar-beiten 235). Tübingen, S. 1-23.
- Siegloch, Klaus-Peter (2006): Das neue Nachrichtenstudio. In: ZDF Jahrbuch 2006. Mainz, S. 99-101.
- Soeffner, Hans-Georg (1986): Stil und Stilisierung. In: Gumbrecht, Hans Ulrich/Pfeif-fer, Ludwig (Hg.): Stil: Geschichten und Funktionen eines kulturwissenschaft-lichen Diskurselements. Frankfurt a.M., S. 317-341.
- Sowinski, Bernhard (1991): Stilistik: Stiltheorien und Stilanalysen. Stuttgart.

- Spreckels, Janet (2006): „Tussis, Schlampen, Britneys und wir“ – Fremd- und Selbstkategorisierung in einer adoleszenten Mädchengruppe. In: Dürscheid/Spitzmüller (Hg.), S. 151-164.
- Vollbrecht, Ralf (2002): Jugendmedien. (= Grundlagen der Medienkommunikation 12). Tübingen.
- Warken, Bettina (2006): Die Sprache in den Nachrichten. In: ZDF Jahrbuch 2006. Mainz, S. 105-108.

7.2 Wörterbücher

- Duden (1999): Das große Wörterbuch der deutschen Sprache. Red. Bearb.: Werner Scholze-Stubenrecht. 3., völlig neu bearb. u. erw. Aufl. Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich.
- Duden (2000): Der Duden in 12 Bänden. Bd. 1: Die deutsche Rechtschreibung. Hrsg. v. d. Dudenredaktion. 22., völlig neu bearb. u. erw. Aufl. Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich.
- Langenscheidt (1992): Langenscheidts enzyklopädisches Wörterbuch der englischen und deutschen Sprache. 2 Bde. 6. Aufl. Berlin.
- Metzler (2000): Metzler-Lexikon Sprache. Hrsg. v. Helmut Glück. 2., überarb. u. erw. Aufl. Stuttgart.
- Wahrig (2006): Wahrig Deutsches Wörterbuch. Hrsg. v. Renate Wahrig-Burfeind. 8., vollst. neu bearb. u. aktual. Aufl. Gütersloh.

7.3 Internetquellen

7.3.1 MTV/Viacom

- Giving the beat (2003): Giving the beat II – Die Entwicklung eines „Giving the beat“-Marketings. www.viacombrandsolutions.de/media/research/studien_pdfs/GTB2_einseitig (Stand: Mai 2007).
- Giving the beat (2004): Giving the beat III – MTV durchleuchtet das Einschaltverhalten junger Zielgruppen. www.viacombrandsolutions.de/media/research/studien_pdfs/GTB3_einseitig (Stand: Mai 2007).
- Mindsets (2000): Mindsets: 2. www.viacombrandsolutions.de/media/research/studien_pdfs/Mindset_Broschure (Stand: Mai 2007).
- MTV (2007): MTV News Mag. www.mtv-home.de/markuskavka/index.php (Stand: Mai 2007).
- Viacom Brand Solutions (2007a): MTV – Be different. www.viacombrandsolutions.de/de/sender_programme/mtv/positionierung.html (Stand: Juli 2007).
- Viacom Brand Solutions (2007b): Starke Sender. Vermarktet aus einer Hand. www.viacombrandsolutions.de/de (Stand: Oktober 2007).

Viacom Brand Solutions (2007c): MTV News Mag. www.viacombrandsolutions.de/de/sender_programme/mtv/programm.html?sid=0067966110d6164169dd5271067dd5c1&sp=1#0067966110d6164169dd5271067dd5c1 (Stand: Juli 2007).

Viacom Brand Solutions (2007d): MTV News Mag. www.viacombrandsolutions.de/de/sender_programme/mtv/programm.html (Stand: Juli 2007).

7.3.2 ZDF

Presstreff (2007): Barbara Hahlweg. www.presstreff.zdf.de/viewbody.asp?bodyid=17278 (Stand: August 2007).

7.3.3 Sonstige

laut (2006): Nervtöter. Blunt schlimmer als Hundekacke. www.laut.de/vorlaut/news/2006/08/01/02673/index.htm (Stand: Januar 2009).

laut (2008): MTVIVA: Aus für Markus Kavkas News. www.laut.de/vorlaut/news/2008/10/24/20195/index.htm (Stand: August 2009).

7.4 Zeitungsartikel

Frankfurter Rundschau (2007): Nora Binder: Vom Videoclip zur Kuppelshow. 01.08.2007.

Tagesspiegel (2007): Sonja Pohlmann: Pimp my MTV. 04.08.2007.

Welt am Sonntag (2006): Sonja Jüde: Betont locker und endlich erwachsen. 06.08.2006

8. Anhang

8.1 Verzeichnis der Transkriptionszeichen

Zeichen	Bedeutung	Beispiel
	simultan	shaki"ra HANDBEWEGUNG NACH LINKS
*	Kurze Pause (bis max. 0,5 s)	* vergesst brangelina * vergesst tomcat *
**	Etwas längere Pause (bis max. 1 s)	drei mal ** ←war=s ok→
1,2	Längere Pause mit Zeitangabe	*1,2*
=	Verschleifung eines oder mehrerer Laute zwischen Wörtern	ham=n video
/	Wortabbruch (nur auf Sprecherzeile bezogen)	winehouse is gu/ is=ne gute freundin
↑	Steigende Intonation	wer↑
↓	Fallende Intonation	jetz kommen die short cuts↓
-	Schwebende Intonation	könnt ihr beim tv overdrive sehn-
"	Auffällige Betonung	je"tzt
:	Auffällige Dehnung	ja:
← →	Langsamer (relativ im Kontext)	←<nei"n> in die schwei"z↓ * mh →
→ ←	Schneller (relativ im Kontext)	→hat jeder mit jedn←
> <	Leiser (relativ im Kontext)	>da menschen immer weniger miteinander reden<
< >	Lauter (relativ im Kontext)	<los geht=s mit das wilde leben>

8.2 Korpus

Im Anhang 8.2 sind die Transkripte, die in der Arbeit noch nicht als Beispiele verwendet wurden, enthalten.

8.2.1 MTV News Mag

17. Januar 2007

Moderation mit Nachricht und Anmoderation der Short Cuts, Dauer: 31 s

MK: <←nat|alia avelon|>→ und matthias schweighöfer der rainer

K: |HOCH |

MK: langhans spielt im Film sind übrigens am freitag bei <trl zu gast>↓

MK: * |←je":tz zu cameron diaz↓| * was macht man * nach einer

K: |LEICHT ÜBERHEBLICH |

MK: trennung * |mit gebrochenem herzen|→ * man zieht als frau *

K: |ERNST |

MK: wa"hrscheinlich am ersten zur besten freundin * was macht

MK: cameron diaz mit vierunddreizig jahn geht sie zu den |e":ltern

NV: |ZIEHT

K: |SPÖTTISCH

K: |HOCH|

MK: | * →de=s ne scheißidee←↓ *

NV: AUGENBRAUEN HOCH|

K: / UNGLÄUBIG|

MK: |hausschuhe anziehen müssn * nich rauchen dürfn * und

NV: |ZÄHLT MIT DEN FINGERN

MK: mineralwasser aus dem keller holn↓| * kacke * mehr von cameron *

NV: AUF|

MK: →jetz in den short cuts←↓

18. Januar 2007

Anmoderation des „Beitrags zu Weltfrieden und Erleuchtung“, Dauer: 9 s

MK: |meine damen und herrn * in so stürmischen zeiten * politisch wie

K: |MIT GEDÄMPFTER STIMME, BETONT ERNST UND

MK: auch wettermäßig * tut es doch ganz gut * von einem menschen *

MK: ein paar warme worte zu bekommn↓ * <deswegen gibt es jetzt> *

MK: wie jeden donnerstag * unseren beitrag zu weltfriedn * und

MK: erleuchtung↓|

K: ANDÄCHTIG |

19. Januar 2007**Abmoderation „Depp der Woche“ und Anmoderation Short Cuts, Dauer: 8 s**

MK: ←andererseits britney wird gerade me"nsch * also→ |find ich
 NV: |BEWEGT

MK: geil↓ nich das ich mich von ihr vollkotzen lassen möchte|*
 NV: HÄNDE VORM OBERKÖRPER |

MK: |aber vom prinzip her↑ | |* *
 NV: |BEWEGT RECHTE HAND |

NV: |MACHT FRAGENDES GESICHT /

MK: |die short
 NV: NEIGT DEN KOPF NACH RECHTS UNTEN| |ZEIGT MIT

MK: cuts↓|
 NV: RECHTER HAND IN DIE KAMERA|

22. Januar 2007**Anmoderation des Beitrags „Beyoncé/Dreamgirls“, Dauer: 19 s**

MK: |habt ihr=s gehört↑ | * ←beyoncé" will nen osca"r * na"
 K: |MITTEILUNGSBEGIERIG|

MK: do"nnerwe"tter→ * >bis jetzt is sie ja nich so durch charakterrolln

MK: aufgefalln * |hier en bisschen austin powers da en bisschen pink
 NV: |ZÄHLT MIT DEN FINGERN

MK: panther<| * jetzt kommt aber am erste februar drea"ngirls in die
 NV: AUF|

MK: |kinos| * und die kri"tiker sind begei"stert↓ * >da heißt=s
 K: |HOCH |

MK: also für beyoncé< →hö"chste zeit mal so ga"nz realitätsnah *

MK: vo"llkommen durchzudrehn←↓

Anmoderation des Beitrags „Sido und Sohn“, Dauer: 29 s

MK: <gerade in letzter zeit haben sich ja viele gestandene und harte

MK: hipp hopper> * ←|ganz offen| zu ihrer vaterrolle geäußert→*
 K: |IRONISCH |

MK: p. diddy is ja erst vater von zwillingen gewordn * eminem is ganz

MK: begeistert von seiner ha"lie" * fi"fty cent von seinem kleinem

MK: twenty five cent dann ham wir noch sammy delux snoop dog *

MK: ←alle papas und begeistert * und jetzt kommt |si"do↓|→** er hat
 NV: |HOCH |

MK: nen sechsjährigen sohn den er seit vie"r jahn nich gesehn hat *

MK: und die neue single von sido* ein teil von mir * die" ist diesem

MK: kleinen sohn gewidmet * und dieses interview das wir gleich sehn

MK: * man muss sagen * ←sido ist erleuchtet→↓

23. Januar 2007

Anmoderation des Beitrags „Gutes Benehmen“, Dauer: 28 s

MK: ←man sagt mir persönlich nach ich hätte gutes benehmen→ das

MK: is natürlich en großen teil meinen eltern geschu"ldet * aber es

MK: is halt so↓ nö↑ * |man sperrt zuerst der da"me die tür

NV: |MACHT SEITLICHE BEWEGUNG MIT

MK: auf | * wenn man gemeinsam ins auto einsteigt

NV: RECHTEM ARM|

MK: |wird erst die beifahrertür aufgemacht|

NV: |ÖFFNET MIT DER RECHTEN HAND EINE IMAGINÄRE TÜR|

MK: * |wenn ne pfütze kommt und die dame muss drüber | *

NV: |MACHT SEITLICHE BEWEGUNG MIT RECHTEM ARM |

MK: |wird die jacke in die pfütze gepfeffert

NV: |LEGT MIT BEIDEN HÄNDEN IMAGINÄRE JACKE RECHTS

MK: | * *|geht die dame

NV: AB| |MACHT MIT RECHTEM ARM BEWEGUNG NACH

MK: drüber| * |jacke wird weggeschmissen↓ | **

NV: RECHTS| |SCHMEIßT IMAGINÄRE JACKE NACH VORN|

MK: o"der wenn man essen geht * im restaurant der dame immer den

MK: |besseren platz | also mi=m blick |i"ns

NV: |ZEIGT AUF IMAGINÄREN PLATZ| |ZEICH-

MK: restaurant| anbieten↓ * a"ll das

NV: NET MIT RECHTER HAND BLICK NACH|

MK: und vieles mehr ham wir auch bei eu"ch erkundschaftet * und bei

MK: bands wie virginia jetz und fa"lloutboy↓

24. Januar 2007

Begrüßung, Dauer: 11 s

MK: ja |gu"t| * n=abend allerseits beim mtv news mag ↓ * an dieser

K: |HOCH|

MK: stelle möchte ich auch persönlich einen a"lten freund begrüßen

MK: * der schon lange nich mehr zugekuckt hat **←|hey winter *
 NV: |MACHT PEACE
 MK: | extra für dich → * die themen-
 NV: ZEICHEN|

Anmoderation des Beitrags „One Way“, Dauer: 19 s

MK: |hm | * jetzt geht=s weiter mit till schweiger morgen
 K: |LACHEND|
 MK: kommt sein neuer film in die ki<nos> * |←one way→↓| * un till
 K: |BETONT |
 MK: spielt die hauptrolle und hat den film auch selbst produziert weil
 MK: er irgendwann gesagt hat * ihr könnt mich mal in hollywood * ich
 MK: finanzier das ding se"lber * ich mach das se"lber * ich spiel da
 MK: se"lber * ich brau"ch euch nich↓ * und es is harter stoff dabei
 MK: rausgekomm * ganz anders was man sonst so * in letzter zeit von
 MK: till gesehen hat * und wir ham den film für euch gecheckt↓

Verabschiedung, Dauer: 13 s

MK: bei mtv noise in dieser woche be"st of music shows↑ heute
 MK: natü"rlich rock zone↓ * und deswegen gibt=s jetzt billy talent
 MK: beatsteaks nirvana * und viele andre rocker vor dem herrn↓ *
 MK: recht herzlichen dank für die aufmerksamkeit * au"f wiedersehn↓

25. Januar 2007

Moderation mit Nachricht und Anmoderation der Short Cuts, Dauer: 24 s

MK: boa die a"rmen wie die gekuckt habn↓ * so=ne blöde kuh↓ *
 MK: gibt=s doch gar nich↓ * <amy winehouse is gu/ is=ne gute freundin
 MK: von kelly osbourne> * und di"e wiederrum will sich un"bedingt
 MK: für den playbay ausziehn↓ sie zieht=s sogar |total blank
 NV: |BEWEGT DIE
 MK: | um da rein zu kommn↓ * aber
 NV: RECHTE HAND NACH RECHTS|
 MK: playboychef hugh hefner sagt * ←ne: lass mal * wir retouchiern
 MK: leider nicht in diesem ausmaß↓→ * |boa voll gemein↓| * die short
 K: |NASAL |
 MK: cuts↓

Verabschiedung, Dauer: 15 s

MK: | *1,2* | |hm:

NV: |LEGT DEN KOPF SCHRÄG| |MACHT DEN KOPF WIEDER

MK: ** | die"se Woche * bei mtv noise best of music shows *

NV: GERADE|

MK: heute mtv unplugged mit a"ll den großen * ä"rzte ho"sn fa"nta vier

MK: le"nny krewitz und so weiter * recht herzlichen dank für die

MK: aufmerksamkeit au"f wiedersehn↓

26. Januar 2007**Verabschiedung, Dauer: 12 s**

MK: so" diese woche bei mtv noise best of music shows heute trl * also

MK: die beliebtesten videos aus total request live und das war=s dann

MK: von mir * recht herzlichen dank für die aufmerksamkeit au"f *

MK: wiedersehn↓

29. Januar 2007**Begrüßung, Dauer: 11 s**

Ka: hallo zu den mtv news es is ende januar und der februar steht

Ka: vor der tür * und das heißt awardhoch"saison↓ und das ist

Ka: natürlich auch ein thema bei den News * und weitere themn seht

Ka: ihr jetzt im überblick↓

Verabschiedung, Dauer: 14 s

Ka: das war=s von den mtv news und jetzt gib=s für euch mtv noise

Ka: mit dem wochenthema rockvi * und tagessthema is hot new stuff im

Ka: wahrsten sinne des wortes↓ →nämlich da sin zum beispiel mit

Ka: dabei← die newcomer aus england- * die fritalies↓* viel spaß↓

30. Januar 2007**Begrüßung, Dauer: 9 s**

Ka: willkommen zu den mtv news heute mit krimineller energie * und

Ka: ner skurilen filmpremiere aus dem Land der pandabärn↓ * und

Ka: da"s sind die themen des heutigen tages↓

Anmoderation des Beitrags „Juli-Klau“, Dauer: 24 s

Ka: juli machn ja grad ne ausgedehnte tour durch mehr als zwanzich
 Ka: städte * |das hört sich|
 NV: |BEWEGT HÄNDE SEITLICH HOCH UND RUNTER|
 Ka: nach verda"mmt viel arbeit an * und als |o"b das nich genug wär
 NV: |LINKE HAND AN
 Ka: wurden die vier auch noch bestohln bei ihrem eigenen konzert↓ *
 Ka: u"nd anstatt großer rachegeleüste ne:" * sagen sie sich * gehn wir
 Ka: auf nen deal ein mit dem dieb* also für mich sind juli ganz klar
 K:
 Ka: |anwärter für den friedensnobe|preis| * und wie dieser deas
 K: | IRONISCH |
 Ka: aussieht* da"s seht ihr jetzt↓|
 NV: HÜFTE |

Moderation mit Nachricht und Anmoderation der Short Cuts, Dauer: 24 s

Ka: |shakkira tourt ja auch grade durch unsere breitengrade * und
 NV: |BEWEGT SICH UND IHRE HÄNDE / ZAPPELT
 Ka: der hüftschwungexportschlager aus kolumbien steht auf tota"le
 NV: BEWEGT SICH UND IHRE HÄNDE / ZAPPELT
 Ka: sauberkeit bei der bühne↓ *das heiß * die rowdies müssen erst=ma
 NV: BEWEGT SICH UND IHRE HÄNDE / ZAPPELT
 Ka: fleißig den boden bohnen bevor madam einfach barfuss
 NV: BEWEGT SICH UND IHRE HÄNDE / ZAPPELT
 Ka: |das tanzbein schwing↓ *| tj"a ↓ * und warum am anfang sie so=n
 NV: BEWEGT SICH UND IHRE HÄNDE / ZAPPELT
 K: |LÄCHELT |
 Ka: bisschen unmotiviert die hüften geschwungen hat wi"ssen=wa nich *
 NV: BEWEGT SICH UND
 Ka: warum es jetzt wohl doppelten grund gib| die |hüfte kreisn zu
 NV: IHRE HÄNDE / ZAPPELT| |HAND AN DER
 Ka: lassen * |da"s seht ihr jetzt↓* |
 NV: HÜFTE|
 NV: |LÄCHELT |

Verabschiedung, Dauer: 13 s

Ka: jetzt geht=s weiter mit mtv noise und wir ham ja die rockende
 Ka: woche tagesthema germany * und wir deutschen sind ja musikalisch

Ka: gesehn wa"hsinnig vielseitig ↓ mit darabei ramstein * aber auch
 Ka: juli ↓ * also bis dann |und tschüss↓ |
 NV: |WINKT / MACHT HANDBEWEGUNG|

31. Januar 2007

Anmoderation des Beitrags „Video Doherty“, Dauer: 9 s

MK: los geht=s mit pete doherty der hat mal wieder mä"chtig schei"ße
 MK: an den hacken →denn einer en"glischen zeitung← wurde ein
 MK: vi"deo zugespielt- * und da" sieht er ga"r nicht gut drin aus↓

Anmoderation des Beitrags „neuer Schlagzeuger“ und Anmoderation der Short Cuts, Dauer: 11 s

MK: ma"rcel der drummer von juli und angelo der drummer von
 MK: virginia jetzt die warn auch ä: beim konzert * und die ham beide
 MK: gesagt * gil sharon hat nen su"per job gemacht * ←hat sich voll
 MK: den leib aus |der seele→ getrommelt↓| |*1,1*
 NV: |LÄCHELT | | ZIEHT AUGENBRAUEN
 MK: | die short cuts↓
 NV: HOCH|

Verabschiedung, Dauer: 15 s

MK: bei mtv noise komm'n jetzt die schre"cken aller mütter denn wir
 MK: haben rock week und heute ist das motto ←party hard→* es heißt
 MK: also | ←mö:bel zur seite rückn→ * und vollkommen durchdrehn|
 NV: |MACHT HANDBEWEGUNG ZUR SEITE|
 MK: in der nächsten stunde↓ * das war=s dann von mir * ham=wir
 MK: wieder was gelernt * recht herzlichen dank für die aufmerksamkeit
 MK: * au"f wiedersehn↓

2. Februar 2007

Moderation mit Nachricht und Anmoderation des Beitrags „Depp der Woche“, Dauer: 20 s

Ka: pe"te doherty i"s=mal wieder auf entzug in=nem londoner
 Ka: krankenhaushaus * und hat sich gegen die langeweile ||frei haus|
 NV: |MACHT
 Ka: ne klampfe bestellt↓* und das kra"nkenhauspersonal* ga"r nich

Ka: dumm * hat die gitarre erstmal gefilzt * und nix gefunden↓ ohne
 Ka: erfolg↓ kein koks * und was heißt das↑ das wenigstens petes
 Ka: |gitarre >ei<ne drogenfreie : zukunft lebt * | und jetzt könnt
 Ka: ihr auch mal raten wer unser ←depp * der woche ist↓→ | * |
 NV: |LÄCHELT|

5. Februar 2007

Anmoderation des Beitrags „Trennung Kylie“, Dauer: 8 s

Ka: wie ihr grade schon gesehn hat * ha"t der
 Ka: prominententrennungsvirus * um sich gewütet * und wen hat es
 Ka: diesmal erwischt↑ * da"s seht ihr jetzt↓

Anmoderation des Beitrags „Kaiserchiefs“, Dauer: 25 s

Ka: bis zur veröffentlichung von yous truley angry mob den neuen album
 Ka: von den kaiser chief * i"s=es ja noch en bisschen hin- * in knapp
 Ka: drei wochen steht das ding in den läden- * die neue single ruby
 Ka: liefert aber schon mal=n vorgeschmack und klingt eigentlich fast
 Ka: genauso wie da"s was alle kaiserchiefsanhänger * ein bi"sschen
 Ka: erwarten↓ * ein mitgrölfest für si"e↑ * die fans↓ * am vergangen
 Ka: samstag spielten die kaiser chiefs in berlin kein intimes
 Ka: indirockkonzert sondern |←pure stadiums Atmosphäre↓→| |** |
 NV: |LÄCHELT|
 K: | SCHWÄRMERISCH |

Moderation mit Nachricht und Anmoderation der Short Cuts, Dauer: 15 s

Ka: tom cruise is ja un":endlich großzügig →und hat |jetz=ma
 NV: |BEWEGT|
 Ka: | ordentlich| was springen lassn← * und
 NV: RECHTE HAND NACH VORNE|
 Ka: zwa"r hat er Katie en neues Gesicht schnippeln lassn * mit de"m
 Ka: ging=s auch gleich ab auf die piste nach miami * und was da" so
 Ka: ging↑ * seht ihr in den short cuts↓

Anmoderation des Beitrags „Tenacious D“, Dauer: 18 s

Ka: he"rrschaften * es war ja ei"gentlich nur ne frage der zeit *
 Ka: tena"ciuous d ham einen film gemacht * in den usa heißt der the

Ka: peak of destiny * und da"s heißt zu deutsch soviel wie das plektrum
 Ka: des schicksals↓ in deutschland heißt der film allerdings kings
 Ka: of rock | * ä":↑ | denkt ihr jetzt *
 NV: |MACHT DUMMES/ERSTAUNTES GESICHT|
 Ka: da"s wurd aber komisch übersetzt * |finden wir |auch↓| * |
 NV: |LÄCHELT |
 K: |VERTRAUT |

6. Februar 2007

Verabschiedung, Dauer: 20 s

Ka: mehr heiße facts über die missen gibt=s ab morgen auf mtv
 Ka: overdrive * ich sag nur |←bikinifotoshooting↓→ | * jetzt
 NV: |SCHAUT VERHEISSUNGSVOLL |
 K: |BETONT / VERHEISSUNGSVOLL|
 Ka: is aber |jenug | von den badenixen und es geht weiter mit mtv
 K: |DIALEKT|
 Ka: urban * heute mit |←stylern| die da"menherzen→ zum schmelzen
 K: |BETONT |
 Ka: bring↓ * vorneweg wie sollte es anders sein↑ natü"rlich patrice *
 Ka: de"r das ganze moderiert↓ * auf wiedersehn * dschüss und bis
 Ka: morgn↓

7. Februar 2007

Anmoderation des Beitrags „Rocky Balboa“, Dauer: 20 s

Ka: kleine zeitreise neunzehnhundertsiebenunsechzig * kam ja rocky⁶⁵
 Ka: eins auf die leinwand * und war=n absoluter überraschungserfolg an
 Ka: den kinokassen * siebenundsiebzig war der film gleich für ze"hn
 Ka: oskars nominiert * und gewann drei davor↓ * jetzt kommt der sechste
 Ka: * und somit letzter teil rocky balboa in die kinos * wir hatten
 Ka: sylvester stallon die zurzeit ←coo"lste sau→ im interview↓

Verabschiedung, Dauer: 19 s

Ka: |da"s warn die mtv news * jetzt gibt=s mtv rockzone * mit
 NV: |HAT DIE HÄNDE IN DEN HOSENTASCHEN
 Ka: männlichen dramaqueens der rocksene↓ das heißt ne menge kaljal
 NV: HAT DIE HÄNDE IN DEN HOSENTASCHEN

⁶⁵ Der Film „Rocky“ kam tatsächlich 1976 in die Kinos.

Ka: große gesten * und to"lle mucke↓ * von the killers über panic
 NV: HAT DIE HÄNDE IN DEN HOSENTASCHEN

Ka: at the disco a"lles dabei gekrönt wird das ganze natü"rlich von
 NV: HAT DIE HÄNDE IN DEN HOSENTASCHEN

Ka: markus * dem king auf drama →aber nur in diesem fall← *
 NV: HAT DIE HÄNDE IN DEN HOSENTASCHEN

Ka: tschüss * und bis morgen↓ |
 NV: HAT DIE HÄNDE IN DEN HOSENTASCHEN|

8. Februar 2007

Verabschiedung, Dauer: 19 s

MK: |←hm: | * |mhm:→ | | * 1,2*
 NV: |FÜHRT HAND ANS KINN| |NICKT | ZIEHT
 K: |IRONISCHE BEWERTUNG / GESPIELT

MK: | | bei mtv noise in dieser woche
 NV: AUGENBRAUEN HOCH| |ZEIGT MIT DEM FINGER IN DIE
 K: NACHDENKLICH|

MK: | vi"deomasterpieces * ←heute * be"st location→ * also
 NV: KAMERA|

MK: |vi"deos an | vo"ll crrazy
 NV: |MACHT KREISBEWEGUNG MIT DEN HÄNDEN|

MK: orten * |und das war=s dann von mir * ham=wir wieder was gelernt
 NV: |STÜTZT HÄNDE IN DIE HÜFTE

MK: * re"cht herzlichen dank für die aufmerksamkeit * au"f

MK: wiedersehn↓|
 NV: HÜFTE|

9. Februar 2007

Anmoderation des Beitrags „Tod von Anna Nicole Smith“, Dauer: 15 s

MK: →<los geht=s mit← |anna nicole smith↓|> * irgendwie glich ihr
 K: |BETONT |

MK: leben ja nich nur in den letzten jahn einem ga"nz g"anz

MK: schrägen hollywoodfilm * |→aber ich weiß nich wie=s euch geht|
 NV: BLICKT NACH UNTEN / NEIGT KOPF

MK: * auf | irgendeine art und weise←
 NV: NACH SCHRÄG RECHTS UNTEN|

MK: na"hm man se"hr an diesem leben anteil * |jetzt ist anna nicole
 K: |BEDÄCHTIG /

MK: smith tot↓|

K: ERNST |

Moderation mit Nachricht und Anmoderation der Short Cuts, Dauer: 28 s

MK: die"ses wochenende is ja du"rchaus ←reich an

MK: großveranstaltungen→ * am sonntag werden ja auch die

MK: gra"mmys verliehn↓ * und wer wird da performen↑ ri"chtig justin

MK: | timberlake↓| aber nicht |←allei"ne"→| * er hat sich aus einem

K: | BETON | |BETONT |

MK: |←rie:"sen pool von |talen|tierten

NV: |MACHT KREISFÖRMIGE HANDBEWEGUNG|

MK: hübschen mädchen→ |* fünfmal erst rausgecastet| und von

NV: |ZEIGT FÜNF FINGER |

MK: |de"n fünfzen wird ←ei"ne | mit ihm am

NV: MIT DEM AUSGESTRECKTEN ZEIGEFINGER|

MK: sonntag auf der bühne stehn→ und ein du"ett singen * und wie

MK: das dann →rüberkam← das werdet ihr am montag →natü"rlich

MK: sehn←* im news mag * und hier geht=s jetzt weiter mit den short

MK: cuts↓

Abmoderation und Anmoderation des Beitrags „Depp der Woche“, Dauer: 28 s

MK: |←bo:"ej" unser armer news redakteur heiko↓→ der kriegt sonst

K: |VERTRAUT

MK: von allen bands pro"ps | * weil er so su"per interviews macht *

K: VERTRAUT

MK: |aber david |alban↑|

NV: |MACHT ABWERTENDES GESICHT UND HANDBEWEGUNG|

K: VERTRAUT

MK: * |ich hatte ja auch schon paarmal das vergnügen| *

NV: |SCHÜTTELT DEN KOPF|

K: VERTRAUT

MK: zwei drei mal ** ←war=s ok→ * an guten tagen is er=n ←extrem

K: VERTRAUT

MK: charmanter smarter interviewpartner →* aber an schlechten tagen↑

K: VERTRAUT

MK: * tut mir leid das zu sagen*

NV: |MACHT WEGWERFENDE HANDBEWEGUNG|

K: VERTRAUT

MK: |a riesn arschloch|* * <er würde sich auch ganz gut qualifizieren
 K: VERTRAUT |
 K: |DIALEKT |
 MK: auf grund dieses gesprächs für den depp der woche↑ * a":ber da
 MK: gibt=s ja noch ganz andere spezialisten * a"lln voran ←ei"ner→ *
 MK: |also pff * da fällt mir nix mehr ein↓|
 K: |SCHÜTTELT DEN KOPF|

11. Februar 2007

Anmoderation des Beitrags „Grammy Awards“, Dauer: 28 s

MK: los geht=s also mit den gra":mmys * die wurdn gestern in los
 MK: a":ngeles verliehn und sie gelten ja als wi"chtigster musikpreis
 MK: überhaupt so was wie der ←o"skar→ der musi"kbranche↓ und
 MK: →deswegen tummelte sich auf dem roten teppich← auch a"lles was
 MK: rang und namen hat * nicksdestotrotz die grammys gelten ja i"mmer
 MK: noch als |so ne kleine * so pi"ffige veranstaltung↓ ** | nö:↑**
 NV: |MACHT ABWERTENDES GESICHT|
 MK: deswegen ham=se auch nen spitznamen der da lautet * ←die gra"nys
 MK: mit |en * omas→|
 NV: |SCHREIBT IN DIE LUFT / ZIEHT AUGENBRAUEN HOCH|
 MK: * ob=s gestern auch so granys im schlafrock oder die vo"llsause
 MK: war * ham wir für euch geklärt↓

Verabschiedung mit Programmhinweis, Dauer: 17 s

MK: ende dieses jahres erscheint ja ein neues album von →me:ta"llica←
 MK: * produziert wird=s von rick ru"bin * und soll vo"ll super und
 MK: |tota"l opulent sein| * * |>und quasi
 NV: |NIMMT HÄNDE VOR DEM OBERKÖRPER| |BEWEGT
 K: |GEFÜHLS-
 MK: schon mal als einstimmung<|
 NV: RECHTE HAND LANGSAM VON RECHTS NACH LINKS|
 K: VOLL / BESINNLICH|
 MK: * gibt=s jetzt metallica |live * von >rock am ring< aus dem jahre
 NV: |HÄNDE IN DER
 MK: zweitausenddreiein kla:ssiker↓ * recht herzlichen dank für die
 MK: aufmerksamkeit * au"f wiedersehn↓|
 NV: HÜFTE|

14. März 2007**Verabschiedung mit Programmhinweis, Dauer: 23 s**

MK: so" wie gesagt * und wenn alles gut geht * weil bei den beiden
 MK: flitzpiepen weiß man ja nie * dann sind jetzt gleich ←sno"p do"g
 MK: and p." diddy * li"ve bei trl zu ga"st im studio * |bei patrice|→ *
 NV: |BETONT |
 MK: >angeblich sind sie auf dem weg hierher | * ä
 NV: |NICKT IN RICHTUNG
 MK: *| ||keep your fingers crossed| *
 NV: KAMERA| |MACHT MIT DEN ZEIGEFINGERN EIN KREUZ|
 NV: |NICKT
 MK: nö↑ | * das war=s dann von mir< * ham=wir wieder was gelernt
 NV: NICKT|
 MK: * recht herzlichen dank für die aufmerksamkeit * au"f wiedersehn↓

15. März 2007**Anmoderation des Beitrags „Fanta Vier bei MTV“, Dauer: 23 s**

MK: der kleine heißt übrigens pa"x * lateinisch frieden↓* →süß nö↑← *
 MK: <jetzt geht=s weiter mit fanta vier am zwölften april ←gro"ßer
 MK: tag→> ** →für die fantastischen vier bei mtv← * sie wolln den
 MK: |laden komple"tt übernehm'n * um so was ä| |vorzubereitn muss
 NV: |MACHT HANDBEWEGUNG | |MACHT
 MK: es natürlich | |ein größeres
 NV: HANDBEWEGUNG NACH RECHTS| |MACHT HALBKREIS
 MK: meeting| im vorfeld gebn ** und da"s hatte so=n
 NV: MIT DEN HÄNDEN|
 MK: bisschen*←strombergstyle↓→ nö↑ kuckt mal genau hin * und ihr
 MK: werdet euch auch genauso geil fremschämn * bei dem was die
 MK: fantis sagn↓

Abmoderation, Verabschiedung und Anmoderation des „Beitrags zu Weltfrieden und Erleuchtung“, Dauer: 24 s

MK: |meno:" * ich tu nich ablesn| | * 1,6 * |
 K: |BELEIDIGTER/KINDISCHER TON |
 NV: |VERSCHRÄNK'T DIE ARME|

MK: |so" jetzt geht=s hier weiter mit mtv brandneu" * heute mit

NV: |MIT VERSCHRÄNKTE ARME

K: |GESPIELT ÜBERTRIEBEN VORGELESEN

MK: ←karolin↑ * neue videos von shakira und beyoncé arctic monkeys

NV: MIT VERSCHRÄNKTE ARME

K: GESPIELT ÜBERTRIEBEN VORGELESEN

MK: und nine inch nails→ * was jetzt noch folgt ist unser beitrag zu

NV: MIT VERSCHRÄNKTE ARME

K: GESPIELT ÜBERTRIEBEN VORGELESEN

MK: weltfrieden und erleuchtung * recht herzlichen dank für die

NV: MIT VERSCHRÄNKTE

K: GESPIELT ÜBERTRIEBEN

MK: aufmerksamkeit auf * wiedersehn↓|

NV: ARME|

K: VORGELESEN|

16. März 2007

Verabschiedung mit Programmhinweis, Dauer: 15 s

MK: bo:"a a"lter sind d"ie uns vorgestern auf die nerven gegangen *

MK: <jetzt geht=s> hier weiter mit mtv noise diese woche sex drugs and

MK: rockan|roll| * heute * mu"sic scandals↓ * also vo"ll die

K: |HOCH|

MK: skandalösen videos und peo"ple↓ * das war"s dann von mi"r * recht

MK: herzlichen dank für die aufmerksamkeit * au"f wiedersehn↓

8.2.2 ZDF heute

15. März 2007

Begrüßung und Anmoderation des Beitrags „Terrorgefahr“, Dauer: 22 s

StS: meine damen und herren guten abend↓ * das bundeskriminalamt

StS: schätzt die te"rrorgefahr in deutschland so hoch ein wie seit

StS: ja"hren nicht mehr * immer mehr nähre sich unser land unser

StS: land in punkto gefährdung den usa" * großbritannien * und auch

StS: israel an↓ * sagen die experten↓ * es geht ihnen wohl eher um

StS: eine allgemeine wa":rnung konkre"te terroristische pläne seien

StS: nicht bekannt heißt es↓ * diese neue einschätzung hat

StS: offenbar au"ch mit den islamistischen drohungen im i"nternet

StS: vom wochenende zu tun↓

Abmoderation Sport und Verabschiedung mit Programmhinweis, Dauer: 17 s

RC: tja wird dann wohl erfolgreiches * ä: bi"athlon wochenende

RC: steffen

StS: * ganz sicher↓ * vielen dank- * das wetter morgen da

StS: wird=s noch mal rundum schön im süden * im norden is=es

StS: bewölkt↓ mehr gleich von gunther tie"rsch↓ * im heute journal

StS: mit marietta slomka <röhre oder flachbildschirm↑

StS: erstau"nliches von der cebit↓>* schönen abend noch * auf

StS: wiedersehn↓